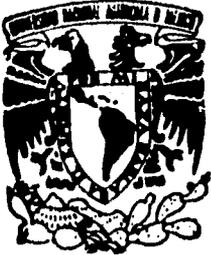


137  
2 ej°



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**EL MERCADO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE  
LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION, GENERACION 1982 - 1985, DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES,  
UNAM.**

**T E S I S**

**QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA  
C O M U N I C A C I O N  
P R E S E N T A :  
ISELA TOVAR ANGELARES**



**ASESOR: DR. ENRIQUE SUAREZ-IRIGUEZ**

**MEXICO, D. F.**

**OCTUBRE DE 1996**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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 esta 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.

CON TODO CARIÑO Y RESPETO

A MIS PADRES Y HERMANOS

FOR SU APOYO PERMANENTE.

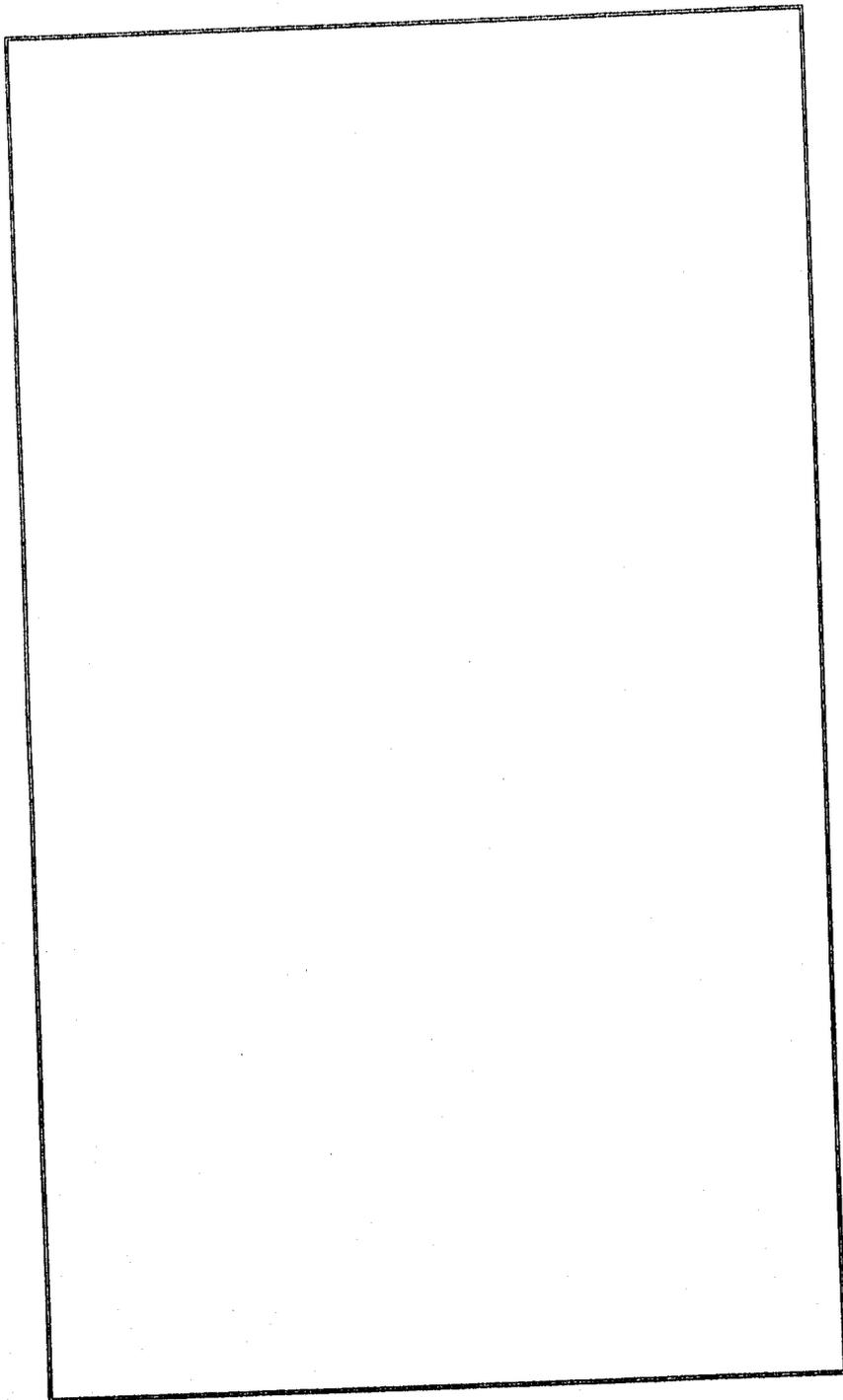
MI RECONOCIMIENTO A TODAS AQUELLAS PERSONAS  
QUE HICIERON POSIBLE LA ELABORACIÓN DE ESTE TRABAJO.

CON ESPECIAL ADMIRACIÓN, RESPETO Y CARIÑO:

AL DR. ENRIQUE SUÁREZ-IÑIGUEZ  
POR SU INAGOTABLE PACIENCIA Y CONFIANZA.

Y

AL MTRO. GUSTAVO DE LA VEGA SHIOTA  
POR SU APOYO CONSTANTE EN TODO MOMENTO.



# ÍNDICE

Pág.

Introducción-----	1
I. Antecedentes de la carrera de comunicación y su mercado laboral.	
1.1. El desarrollo de las escuelas de comunicación-----	4
1.2. La problemática actual del mercado laboral de los comunicólogos-----	7
II. La enseñanza de la comunicación en la UNAM.	
2.1. La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-----	18
2.2. Desarrollo de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación-----	21
III. La generación 1982-1985, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Estudio de caso.	
3.1. Características del universo y población de estudio-----	34
3.2. Un acercamiento sistemático a los egresados-----	37
3.3. El diseño de un perfil de estudio-----	39
IV. El perfil de la generación 1982-1985.	
4.1. Apreciaciones generales-----	60
4.2. Características básicas-----	61
4.3. Aspectos relevantes-----	70
Conclusiones-----	88
Sugerencias-----	94
Bibliografía-----	100
Anexos-----	103

## INTRODUCCIÓN

La investigación que a continuación presento, tiene por objeto conocer el mercado laboral de los comunicólogos y las dificultades de inserción en el mismo. Este estudio se centra en los egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, tomando como muestra a la generación 1982-1985 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, pues más de una década de haber salido de las aulas, es tiempo suficiente para conocer su situación tanto académica, como laboral. Sin embargo, los egresados han tenido inconvenientes no sólo para ingresar al mercado laboral, sino para concluir sus estudios, dando como resultado que la mayoría de estos dediquen su tiempo a otras actividades que no tienen nada que ver con su carrera, como por ejemplo, el comercio.

Las causas de lo anterior son diversas, desde los problemas económicos del país, hasta la formación académica que estos estudiantes han tenido en la Facultad. Con este estudio, no pretendo asegurar que todas las generaciones se comporten de la misma manera, pero sí puedo decir que los problemas que sufren los egresados en general, son similares.

Este trabajo se compone de cuatro capítulos, los cuales permiten distinguir el desarrollo que ha tenido la carrera de Ciencias de la Comunicación, así como los problemas que enfrentan los egresados al incorporarse al mercado laboral.

El primer capítulo ilustra el origen y desarrollo de las escuelas de comunicación, el problema de saturación de esta carrera y el mercado laboral de los comunicólogos.

En el segundo capítulo, se describen algunos de los antecedentes y la situación actual de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales respecto al desarrollo de esta disciplina. Asimismo, se explican los cambios que ha tenido la carrera de Ciencias de la Comunicación mediante sus planes de estudio, y la situación actual que guarda la misma.

El tercer capítulo explica el procedimiento seguido en la realización de la investigación de campo de esta tesis, es decir, cómo se determinó la muestra, cómo se diseñó la encuesta y cuáles fueron los mecanismos utilizados para aplicarla. Así también, se describe el procesamiento de la información obtenida.

Por último, el cuarto capítulo se divide en dos partes, en la primera se concentran los datos obtenidos como resultado de las encuestas realizadas a los egresados, mientras en la segunda se describen, interpretan y analizan dichos resultados. Este capítulo es la parte medular de la investigación, pues en él se exponen las experiencias y puntos de vista de estos ex alumnos. Los aspectos que se destacan en este apartado son: la situación académica actual, adeudamiento y conclusión de materias; la importancia de los idiomas y la titulación.

El segundo punto, abarca la situación laboral de estos egresados es decir; en dónde laboran, qué puestos ocupan en donde trabajan, cuántas personas tienen bajo sus órdenes, con quiénes acuerdan, el sueldo que perciben por sus labores y por supuesto, el área de trabajo en la que se desarrollan.

El último aspecto se refiere a la relación existente entre la formación académica y el empleo, expresando la forma de cómo consiguieron el trabajo, qué limitaciones han tenido para desarrollarse profesionalmente, qué expectativas de superación les ofrece su lugar de trabajo, si el ser egresado de la Facultad ha sido una dificultad para conseguir empleo y en consecuencia, la opinión que estos ex alumnos tienen sobre los planes de estudio, la enseñanza de la carrera y la formación académica que recibieron.

Con esta investigación, se ha pretendido destacar a partir del estudio de caso de la generación 1982-1985, sobre la necesidad de reformar los planes de estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, vigentes desde hace 20 años en la Facultad y motivar a las autoridades correspondientes a tomar cartas en el asunto, para mejorar la situación académica y profesional de sus egresados, y por ende, el prestigio de la Facultad.

## I. ANTECEDENTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN Y SU MERCADO LABORAL.

### 1.1. El desarrollo de las escuelas de comunicación.

El desarrollo de las ciencias de la comunicación en América Latina se inicia durante el decenio de los años cuarenta con la aparición de escuelas de periodismo, que 25 años más tarde se convirtieron en comunicación.

La década de los años sesenta tuvo primordial importancia en el estudio y desarrollo de la carrera de periodismo en América Latina. Fue precisamente en esos años, cuando se funda e inicia sus actividades en Quito, Ecuador, el Centro Internacional de Estudios de Periodismo para América Latina (CIESPAL). En lo sucesivo, este organismo fue apoyado por la UNESCO, el gobierno de Ecuador y la Universidad Central de ese país. *"Las escuelas y facultades de periodismo y/o de comunicación recibieron un nuevo impulso; dieron un paso adelante aunque en la dirección señalada por los organismos internacionales rectores que definen la línea que se debe seguir en política, economía, educación, etcétera. Los planes y programas de estudio, los métodos y técnicas en la enseñanza, en la investigación y la bibliografía en esta materia fueron diseñados en CIESPAL y recomendados a las universidades de la región"* (1).

---

1. Manuel Corral Corral. La ciencia de la comunicación en México. México, ed. Trillas, 1989; p. 68.

Por lo que hace a México, de acuerdo con la investigadora May Katzen, fue en la década de los años cuarenta cuando aparecen las primeras escuelas de periodismo, entre las que se pueden citar a la Universidad Femenina y la Escuela de Periodismo Carlos Septién García (2) , ubicadas ambas en la ciudad de México.

En 1951, la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad Iberoamericana, comenzaron a impartir la carrera de periodismo, aunque con distintos nombres, para conferir grados académicos de licenciatura a sus egresados, bajo la previa elaboración de tesis y presentación de examen profesional.

Hacia fines de los años cincuenta, empezaron a aparecer en México los primeros trabajos de investigación y reflexión teórica sobre la importancia y las aplicaciones del fenómeno de masas. Entre ellos se encuentran los escritos de Carlos Septién García, Diego Guzmán Arenas, Mario Rojas Avendaño y Enrique González Casanova.(3)

En relación a la aceptación del estudio de periodismo en estas universidades, el maestro Carlos Septién García señaló: *"En el año de su IV centenario, la Universidad abre sus puertas para dar acogida en su seno al periodismo con el rango de una especial disciplina de conocimientos. No es esto, desde luego, ni una casualidad ni una mera coincidencia, es que, por*

---

2. Op. cit., Manuel Corral. p.70

3. Op. cit., p. 54

*una parte el periodismo ha mostrado, en su espléndido desarrollo de los últimos años, su propia personalidad como medio de conocer y la importancia social de sus métodos y de sus fines; y es que por otra, la universidad como su nombre mismo, cumple una vez más su fin recibiendo, en el recinto donde cada ciencia y cada técnica del pensamiento tienen su digno dosel, a esta nueva disciplina creada por la inteligencia del hombre y perfeccionada por los tiempos modernos".(4)*

Por su parte, el maestro Enrique González Casanova afirmaba que el ejercicio profesional es *"de donde se deriva el verdadero profesionalismo. Pero la Universidad no tiene por objeto la función docente en este sentido: tiene el deber de practicar y desarrollar la investigación y difundir la cultura. Y en el campo docente, más que a dar una profesión aspira a dar la base intelectual, cultural y moral, para que esa profesión u otra...sea ejercida con aptitud y acierto. Para ello, a mi juicio, la Universidad debe enseñar tres cosas fundamentales a sus estudiantes: a estudiar y aprender, a dudar con un procedimiento crítico que compruebe eficientemente el conocimiento con el pensamiento y a la inversa, y finalmente virtud moral- a decir aun por encima de la duda. No pretende competir (menos aun sustituirlos) con el taller, con el laboratorio, con el bufete, con el consultorio o con la redacción de un periódico". (5)*

---

4 .Carlos Septién García. "La universidad y el periodismo". El quehacer del periodista. Recopilación de Adrián García Cortés. México, ed. Periodismo y Comunicación, 1979. p. 72.

5. Enrique González Casanova "Utilidad nacional de la carrera de Periodista". Ciencias Políticas y Sociales. Nº 7, México, UNAM, enero-marzo, 1957, p. 127

## 1.2 La problemática actual del mercado laboral de los comunicólogos.

A partir de los años cuarenta y debido al desarrollo cultural, social, científico y tecnológico, en la que destacan la llegada del cine, la radio y la televisión, la tarea del periodista se fue modificando, pues ya no sólo debía saber como redactar una nota informativa, sino como transmitirla a un público masivo.

Esta proliferación de tecnología originó a su vez el fenómeno social de la comunicación de masas o comunicación masiva, por ello fue indispensable el estudio de este fenómeno y la capacitación de cuadros profesionales. Estas fueron las tareas asignadas a las escuelas y facultades de periodismo y comunicación, las cuales incluyeron en sus objetivos nuevos propósitos, como impartir a los estudiantes los conocimientos que les permitieran comprender el proceso y los efectos de la comunicación, y cubrir la carencia de profesores preparados para la enseñanza de esta carrera, mediante la formación de docentes especializados.

Por tal motivo y debido a la proliferación de esta profesión, han surgido problemas entre los que destacan la saturación. Pero, ¿porqué razones la carrera sufre esta situación?. Sin duda existen diferentes explicaciones, siendo una de ellas la falta de orientación vocacional, ya que no todos los que egresan del nivel medio superior (preparatoria o equivalente) tienen la posibilidad de recibir ayuda al elegir una carrera, dando como resultado que muchos de estos estudiantes frustren su vida, por descubrir que la profesión elegida no tiene que ver con sus intereses personales y profesionales.

Es el caso de los egresados de la F.C.P y S, generación 1982-1985, quienes en su mayoría no conocían los planes de estudio al iniciar su preparación profesional, ni el mercado de trabajo, como se verá más adelante.

Más que nada, la elección de esta carrera obedece a una moda que se inicia en México a partir de los años setenta, con la proliferación de los medios de comunicación audiovisuales. (6)

Es importante enfatizar que la mayoría de los jóvenes que se inclinan a estudiar esta carrera, tienen una idea equivocada de la misma, pues solamente la conciben como una actividad atractiva, que les permite participar en los medios de comunicación masivos, ignorando su función social y científica y el papel que ejercen los comunicólogos en la misma. Tales expectativas no se cumplen lo que se advierte en el mercado laboral, ya que en su mayoría los comunicólogos tienen la ilusión de ocuparse en los medios de comunicación, situación que es difícil para los egresados de la F.C.P y S., según opiniones de los mismos.

El periodismo y las ciencias de la comunicación forman parte de las llamadas profesiones de moda, que sólo provocan una situación de mayor demanda primero y mayor desempleo después. Esto quiere decir que en las escuelas de periodismo y comunicación se continúan formando cuadros profesionales en estas áreas, sin considerar la situación de desempleo o subempleo que consigo traerá posteriormente. Por ejemplo, a nivel nacional

---

6. Karin Bohman. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. México, ed. Alianza, 1989.

esta profesión, ocupa el décimo lugar entre las 20 carreras de licenciatura más pobladas \* con el 2.7%, antecediéndole sólo tres licenciaturas del área de las Ciencias Sociales y Administrativas; Contaduría con el 13.4%, Derecho con el 10.4% y Administración con el 9.2% del total nacional (7).

En la Facultad, el total de alumnos inscritos en el sistema escolarizado en 1995, era de 4712, de los cuales 2313 estaban registrados en la carrera de Ciencias de la Comunicación representando el 49% del total, pues a saber: los 2399 alumnos que constituyen el 51%, corresponden a las otras licenciaturas que se imparten en la misma Administración Pública, Ciencia Política, Relaciones Internacionales y Sociología. Lo que indica, que la mitad de la población del sistema escolarizado de esta Facultad, se dedica al estudio de la comunicación.

Esta demanda obedece a que el 50% (591 415) de los jóvenes a nivel nacional al elegir una carrera, se inclinan por las Ciencias Sociales y Administrativas; mientras sólo el 1.9% (22 464) lo hacen por las Ciencias Naturales y Exactas, el 3% (36 008) por el área de Educación y Humanidades, el 2.9% (34 160) por la Ciencias Agropecuarias, el 9.6% (113 183) por las Ciencias de la Salud y el 32.6% (385 921) por las carreras referentes a la Ingeniería y Tecnología.(8)

\* Nota: Entre los estados de la República Mexicana que tienen más demanda en esta licenciatura, se encuentran en orden de importancia el D.F con 7495 alumnos de primer ingreso y reingreso, y 1092 egresados, el Estado de México con 4230 alumnos de primer ingreso y reingreso y 710 egresados; Nuevo León con 2266 de primer ingreso y reingreso y 748 egresados, Puebla con 1318 alumnos de primer ingreso y reingreso y 408 egresados, Sinaloa con 1029 alumnos de primer ingreso y reingreso y 582 egresados y Tamaulipas con 1140 alumnos de primer ingreso y reingreso y 132 egresados. Véase Vid. infra., Anuario Estadístico.

7 De acuerdo al Anuario Estadístico. México, ANUIES. 1994

8. Ibidem.

Ahora bien, volviendo al tema de la carrera en ciencias de la comunicación, se ha generado un desproporcionado crecimiento de la misma, por lo que en la actualidad no existe correspondencia entre los profesionales que egresan de las instituciones de educación superior y los requerimientos que de servicios profesionales tiene el país. (9)

Lo que se traduce en otro inconveniente, pues la relación entre la universidad y las empresas demandantes de trabajo prácticamente no existe, lo que obstaculiza que se implementen medidas adecuadas en orden a superar la escasez o saturación en el mercado de trabajo o bien orientar la formación de estudiantes no sólo de ciencias de la comunicación, si no de otras carreras que se imparten en diversas universidades. Esta situación provoca desajustes entre la oferta educacional y la demanda ocupacional siendo causa de frustración en numerosos graduados que inician su participación en el mercado laboral sin poderse desarrollar como esperan. (10)

*"La principal implicación que ha tenido el no adecuar debidamente los planes y programas de estudio de las diferentes profesiones a los requerimientos del mercado de trabajo, ha sido el sobrepoblamiento de los egresados de las instituciones de educación superior en las empresas o instituciones que con verdaderas dificultades han podido absorber un mínimo porcentaje del total de los nuevos profesionales y que a pesar de eso, resultan insuficientes ante las generaciones que año con año concluyen su formación educativa, con cada vez menos expectativas de ingresar a un*

---

9. Vid. *Infra. Anuario Estadístico*, México, ANUIES, 1994

10. Tomas a. Vasconi, "Educación y acumulación del capital". Gilberto Guevara Niebla (compilador). *La crisis de la educación superior en México*, México, ed. Nueva Imagen, 1989, p.66

*empleo en un nivel superior, lo que resulta en una grave desvalorización de los títulos profesionales y con la consecuente repercusión en el desarrollo tecnológico del país". (11)*

Con referente en general a los medios de comunicación, lo que necesitan son profesionistas capaces de realizar tareas prácticas, que conozcan el manejo de técnicas y equipo comunicativo. No sólo que se queden en la teoría, ya que esto es lo que dificulta que los nuevos profesionistas puedan incorporarse a este tipo de mercado, como se verá en el siguiente capítulo con los egresados de la Facultad, generación 82-85, pues según opiniones de ellos mismos, las empresas prefieren a egresados de otras universidades, por cumplir con estas características.

Lo anterior se debe a que en diversas universidades y escuelas privadas, a los alumnos se les imparte desde los primeros semestres asignaturas relacionadas con la profesión, concretándose a enseñar las técnicas relacionadas con la comunicación y manejo de equipo comunicativo, dejando de lado todo lo referente a la teoría en esta materia. Lo que no ocurre con la FCPyS, dando como resultado una gran desventaja, pues lo que solicitan las empresas son profesionistas que les resuelvan sus problemas y no aquellos que vayan a adquirir los conocimientos en las mismas.

---

11. Carlos Muñoz Izquierdo. "Impacto en la educación superior en los mercados de trabajo". Las profesiones en México N°1. Seminario Interdisciplinario del Programa de Superación Académica México, UAM-Xochimilco, 1988, p. 51.

Además del conocimiento, se considera indispensable la experiencia, ya que aporta diversos factores, que de acuerdo a la empresa o institución de que se trate representan una característica de adecuación a los procesos de trabajo en los que habrá de participar el comunicólogo.

Gracias a esta socialización, la llamada experiencia previa cobra una gran importancia en algunos de los puestos del mercado de trabajo, como es el caso del periodismo y la comunicación, en donde muchos de los puestos ocupados en diarios y revistas están a cargo de periodistas que se han hecho en la práctica sin tener estudios previos.<sup>(12)</sup>

Este es un problema doble para los egresados de la Facultad, pues por un lado no dominan el conocimiento y práctica de las técnicas y equipo comunicativo y por otra parte, el problema al que se enfrentan (como muchos otros egresados de otras áreas) es a la falta de experiencia, ya que ésta sólo se adquiere en la práctica.

Este problema podría disminuir si la Facultad tuviera convenios con empresas que permitieran al alumno desde los primeros semestres de manera constante capacitarse profesionalmente, ya que no es lo mismo realizar prácticas en un estudio de televisión o radio de la universidad (por muy avanzado que éste sea), que con equipo más actualizado.

---

12. Víctor M. Gómez Campo y Jorge Mungula "Educación y mercados de trabajo" Recursos Humanos, empleo y desarrollo en la América Latina. Oscar Soberan (compilador) México, ed. F.C.E., 1983, pp. 258-321

Por la oferta abundante , hoy en día no sólo esto es lo que las empresas solicitan a los egresados para ingresar al mercado de trabajo (entendido como el espacio en donde se determina la oferta y demanda de la fuerza laboral, siendo retribuido por un pago económico), sino también estar titulado, por las siguientes cuestiones:

Como decía, en relación al crecimiento de la carrera el número de egresados que concluyen año con año los estudios a nivel nacional es considerable en relación a las oportunidades de trabajo, en 1993 fue de 5070 (13). Y debido a esta situación, los empresarios al tener una demanda tan alta incrementan los requisitos para aceptar a estos profesionistas, por lo que el título representa una necesidad para ingresar al mercado laboral, o promocionarse dentro del mismo empleo. Pese a esto, el título no siempre es la garantía de que se obtendrá en breve tiempo y con las mejores condiciones un buen empleo.

*"La acreditación educativa sólo posee valor intrínseco dentro de los límites del mercado académico y ...fuera de este mercado, la acreditación no garantiza ni una ubicación ocupacional específica, ni determinada retribución socioeconómica, sino que sólo confiere el derecho nominal de competir en el mercado de trabajo, derecho que es retribuido desigualmente de acuerdo con la distinta distribución del capital económico y social". (14)*

---

13. Véase Anuario Estadístico México, ANUIES, 1994.

14. González y Torres., Sociología de la educación México, Centro de Estudios Educativos, 1981, p. 126

Lo que nos hace comprender que en la actualidad es necesario pero no suficiente estar titulado, por lo que resulta cada vez más urgente que se reformen los planes de estudio de la FCPyS, para que en la medida en que se cuente con una mejor preparación, se pueda acceder al mercado de trabajo en un plano más competitivo.

Además de lo anterior, se deberían estudiar nuevas formas para incrementar la titulación, pues de los 5070 egresados de la licenciatura en comunicación hasta 1993, sólo se habían logrado titular 1736, o sea el 34.2%, en las más de 100 universidades que imparten dicha carrera a nivel nacional, de acuerdo a la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior.<sup>(15)</sup>

Ahora bien, si en su mayoría los egresados no logran titularse es por problemas metodológicos que van desde elegir un tema, hasta realizar la investigación, esto además de la serie de trámites que deben hacer para poder obtener el título. Sin embargo esto no termina aquí, pues una vez concluida la tesis, éstas investigaciones en su mayoría no vuelven a ser leídas. Por lo que resulta inútil tanto esfuerzo, además de que en realidad los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera no pueden ser aplicados en un solo trabajo. Con esto quiero decir que la tesis no determina la capacidad o habilidad de una persona para desarrollarse profesionalmente, como lo podrían entender algunos empleadores.

---

15. Vid. *Infra. Anuario Estadístico.*

Aunque hace algunas décadas los periodistas no necesitaban de títulos para realizar su actividad porque solo les bastaba la práctica y no existía tanta competencia, actualmente como se ha dicho, es un requisito, para poder acceder al mercado laboral.

Por otra parte, hoy en día se puede observar que a pesar de que la entrada al mercado laboral se ha dificultado en áreas como los medios de comunicación masivos, existen otras alternativas que no por ser menos relevantes, dejan de ser importantes. Sin embargo, el problema es que estos mercados no se han podido explotar del todo por el poco conocimiento que se tiene al respecto y no me refiero sólo a los estudiantes que egresan con la idea de buscar trabajo y que en efecto, lo primero que hacen es tratar de ingresar a los medios electrónicos, sino a los empleadores, quienes tienen al cargo muchas tareas relacionadas con la comunicación a profesionistas de otras áreas como psicólogos, administradores, ingenieros etc. Es decir, un comunicólogo puede realizar diversos trabajos como el ya conocido, el de periodismo escrito, en los géneros: informativo, interpretativo y de opinión, realizando tareas como articulista, editorialista y fotógrafo entre otros. En las áreas de radio, televisión y cinematografía, el trabajo es muy extenso, pues pueden trabajar como directores, editores, guionistas, locutores, productores, realizadores, etc. En un sentido muy general, desde idear un proyecto hasta verlo realizado.

Actualmente una de las áreas en donde se ocupa el comunicólogo es en la de publicidad y la propaganda ya sea como asesor, creativo, editor, productor, realizador y todo aquello que tiene que ver con la realización y producción de mensajes publicitarios y propagandísticos.

Además de estas áreas, los comunicólogos en nuestros días, pueden laborar en los departamentos de comunicación social, en instituciones gubernamentales y del sector privado, en bancos, hospitales, empresas (no necesariamente relacionadas con la comunicación) elaborando e instrumentando políticas y estrategias comunicativas a través de lo que se ha llamado -comunicación organizacional-, entendida como el conjunto de técnicas que ayudan a organizar las actividades de una empresa y que tienen como objetivo, el resaltar la importancia del individuo como elemento fundamental en el proceso productivo, ubicándolo como pilar de las grandes estrategias de la empresa (16). Esta área como decía anteriormente, no ha sido del todo explotada, sin embargo ya existen universidades en nuestro país que imparten la comunicación organizacional como una carrera independiente a las ciencias de la comunicación. Asimismo, un comunicólogo también puede laborar como docente en las escuelas y universidades. Otra área que no se puede olvidar, es la de la investigación, aunque a raíz del ritmo tan acelerado en esta materia, han surgido nuevas actividades en donde éste profesional se convierte en divulgador científico y escritor técnico, lo que quiere decir que interpreta a los escritores para poder dar a conocer los descubrimientos o estudios realizados al público en general.

---

16. Ricardo Homs Quiroga. La comunicación en la empresa. México, ed. Iberoamérica, 1990, p.61-66

Pese a que se han desarrollado nuevas actividades para los profesionistas que se dedican a la comunicación, la demanda existente no corresponde a la oferta como se había dicho y aunque se crearan nuevas empresas para dar cabida a los comunicólogos, sería muy difícil poder absorber a todos ellos, sobre todo, si no se cuenta con una preparación actualizada, acorde a los requerimientos que tiene el país y si por el contrario, se continúan formando teóricos de la comunicación en un mercado que necesita principalmente de otros perfiles.

Por ello, si bien la ciencia de la comunicación tiene una importancia especial en la sociedad, el estudio y ejercicio de ésta disciplina se ha convertido hoy en día en un problema real para la misma, como con algunas otras profesiones cuyo mercado laboral se encuentra limitado por la alta demanda de gente que espera tener una oportunidad para desarrollarse profesionalmente.

## II. LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN EN LA U.N.A.M.

### 2.1. La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

La carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva tiene sus inicios en la UNAM en 1949, cuando el Doctor Lucio Mendieta y Nuñez presenta el proyecto para establecer la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales, tomando como base los planes de las escuelas más importantes de Europa, principalmente la de *The London School of Economics and Political Science*, el *Institut D'Études Politiques* de la Universidad de París y el de la *École de Sciences Politiques* de la Universidad de Lovaina.

En 1950, el Consejo Universitario aprobó la creación de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales *"como una institución encargada de realizar la función docente de la UNAM, en el campo de las disciplinas políticas y sociales discutiendo posteriormente el plan de estudios hasta aprobarlo, con leves modificaciones un año después"*(17).

La Escuela surgió con cuatro carreras profesionales: Ciencias Sociales, Ciencias Políticas, Ciencias Diplomáticas y Periodismo, iniciando sus labores en 1951, teniendo como Director al Mtro. Ernesto Enríquez Coyro, quien tuvo la tarea de organizar y estructurar por primera vez las funciones académicas y administrativas de la dependencia. En el año de 1953, ocupó el cargo de

---

17. Organización Académica 1980-1981. México, FCPyS. UNAM, p.9

Director el Licenciado Raúl Carranca y Trujillo. Un año después, debido al crecimiento de la matrícula escolar, la Escuela cambia sus instalaciones tras la búsqueda de mayor amplitud y funcionalidad ubicándose en las calles de Rivera de San Cosme, en un edificio colonial conocido como "Mascarones", el cual primero había sido asignado por la UNAM como escuela de verano y después a la Facultad de Filosofía y Letras.

En 1957, el Doctor Pablo González Casanova fue designado Director de la Escuela ocupando el cargo durante dos periodos consecutivos. En el tiempo de su gestión entre otros aspectos, se elaboraron nuevos planes de estudio y se construyó el edificio de la Escuela en Ciudad Universitaria.

Dos años después, se inauguraron las nuevas instalaciones ubicadas entre la Escuela Nacional de Comercio y Administración ( hoy Facultad de Economía) y Torre de Ciencias (actualmente Torre II de Humanidades), en el Circuito Escolar de Ciudad Universitaria.

En 1958, entró en vigor un plan que amplió el periodo de estudios de 4 a 5 años y que incorporó a la carrera de Ciencias Políticas, la enseñanza de la Administración Pública, transformándose así, en Ciencias Políticas y Administración Pública.

Otra reforma a los planes de estudio tuvo lugar en 1966, siendo Director el Lic. Enrique González Pedrero, al introducirse la enseñanza especializada para cada carrera desde el primer año de estudios. Con esta reforma se transformó de carrera de Ciencias Diplomáticas, a la de Relaciones Internacionales y la carrera de Periodismo, se incluyó dentro de la de Ciencias de la Información, incorporándose una serie de asignaturas complementarias con carácter de optativas, además de la sustitución de los cursos anuales por los de carácter semestral.

En enero de 1967, la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales se transforma en Facultad, con la creación de los cursos de Maestría y Doctorado en Administración Pública, Ciencia Política, Estudios Latinoamericanos, Relaciones Internacionales y Sociología, a cargo de la entonces División de Estudios Superiores.

Posteriormente en 1976, durante la gestión del Lic. Julio del Río Reynaga, se crea el Sistema de Universidad Abierta (SUA), como una solución a las demandas de quienes por sus actividades estaban imposibilitados para inscribirse al sistema escolarizado. Debido a que en esta década de los setenta, la población estudiantil y académica aumentó considerablemente, las instalaciones eran ya insuficientes, por lo que en 1980, se aprobó el proyecto de construcción de los nuevos edificios ubicados en el Circuito Mario de la Cueva en Ciudad Universitaria, iniciándose el cambio 4 años después. (18)

---

18. Para mayor información sobre la historia de la Facultad, véase: Sergio Colmenero. Historia, presencia y conciencia: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1951-1991. México, UNAM, 1991.

## 2.2. Desarrollo de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Como ya dije con anterioridad, la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad tiene sus antecedentes en la Licenciatura en Periodismo impartida en la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales, en el año de 1951. Esta carrera ha experimentado diferentes cambios, tanto en por las modificaciones a los contenidos de sus planes de estudio, como por su nominación. Así, de 1951 a 1966 (1951-1953, 1953-1966) se llamó Periodismo, de 1966 a 1971 Ciencias de la Información, cambiando a Periodismo y Comunicación Colectiva de 1971 a 1976 y de 1976 a la fecha, el título que se confiere es el de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Dichos cambios fueron generados a partir de la necesidad de adaptar el perfil del estudiante, a los requerimientos de la sociedad mexicana y a los avances de la disciplina en el mundo. Y por ello, las modificaciones realizadas a los planes de estudio se centraron a tres aspectos básicamente:

- 1. La formación interdisciplinaria, que comprende historia, economía, sociología, política y metodología.*
- 2. La formación teórico-metodológica específica de las ciencias de la comunicación.*
- 3. La formación técnica de la especialidad".(19)*

---

19. Margarita Yépes Hernández. "Ciencias de la Comunicación 40 años después". Ricardo Uvalle Berrones y otros. Reflexiones en torno al devenir de los planes de estudio en la FCPyS. . México, FCPyS-UNAM. 1991., p. 20.

Sin embargo, después de dos décadas, estas modificaciones resultan insuficientes, pues han cambiando, tanto las necesidades de nuestra sociedad; como el desarrollo tecnológico. Las modificaciones que ha tenido esta licenciatura desde 1951, hasta 1976 son las siguientes:(20)

El primer plan de estudios (Periodismo, 1951-1953) predominaron los conocimientos generales, ya que de 32 materias impartidas, 20 ósea un 62.5% tenían esa condición; y contenían 6 cursos de idiomas, que significaban el 18.8%.

Solamente una materia que significaba el 3.1% y correspondía a "Métodos de investigación social", la cual se ocupaba de la enseñanza de la metodología de la investigación. El estudio del periodismo se impartía a través de 5 materias que constituían el 15.6% y estaban distribuidas de la siguiente forma:

-En el tercer año y durante dos semestres, "Historia general de la prensa y el periodismo en México".

-En el cuarto año, también en dos semestres, "Curso teórico práctico de técnica periodística" y en un semestre el "Curso teórico práctico de trabajo de editorial y de imprenta y de organización de diarios y revistas", "Derecho comparado de imprenta y derecho de autor" semestral; y "Ética profesional del periodista". (21)

---

20. Véase. Martha Laura Tapia Campos. La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Una historia de sus planes de estudio. Tesis profesional (Lic. en Ciencias de la Comunicación). México, FCP y S-UNAM, 1985.

21. Ver. (ANEXO N° 1) Primeros Planes de Estudio de la Licenciatura en Periodismo. México. Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1951.

En realidad, aunque los conocimientos generales y los idiomas sean necesarios para la formación de un periodista, deben tener menos peso que los conocimientos de la propia carrera y el estudio de la metodología de la investigación. Sin embargo, esto fue lo que ocurrió en este plan de estudios; lo que implicó que en breve tiempo demandase su redefinición.

Al segundo plan de estudios también con el nombre de Periodismo (1953-1966), se incorporaron 10 materias sobre periodismo es decir, el 26.3%\*, impartidas de la siguiente manera:

-En el tercer año: "El periodismo contemporáneo y ética profesional". Esta materia se cursaba en un semestre, "Redacción periodística (estilística y lexicología)", "Trabajo de editorial y de imprenta" y "Seminario de lecturas de los grandes periodistas mexicanos".

-En el cuarto año las materias que se llevaban eran "Redacción periodística (géneros)", "Organización de diarios y revistas", "Técnicas de periodismo social y político" a excepción de todas las demás materias que se cursaban anualmente, este era semestral, "Trabajo de campo: técnicas de periodismo".

-Y por último, en el quinto año las materias se cursaban anualmente "Trabajo de campo: reportajes, entrevistas y encuestas", "Trabajo de campo: notas, crónicas y editoriales".

Las materias relacionadas con conocimientos generales en este plan fueron 18 de un total de 38, lo que se expresa como el 47.4%. Se puede considerar que aunque estas disminuyeron en relación al plan anterior (20 de 32), aun gozaban de mayor importancia.

---

\*Que en comparación al plan anterior, se incrementó de 4 a 5 años, por lo que aumentó el número de materias de 32, a 38.

Vid. Supra. p. 22

Lo anterior tiene fundamento por el hecho de que además de las materias de periodismo, a los idiomas se les otorgaba el 10.5%, con 4 materias que también disminuyeron en relación al plan anterior, mientras que el área de metodología e investigación, tenían una materia más que en que el plan anterior, 2, es decir el 5.3%, ("Técnicas de investigación documental" y "Técnicas de investigación de campo").

Cabe destacar, que en este plan de estudios por primera vez se incorporó una materia referida a la publicidad y a la propaganda, lo que significa el 2.6%, ("Técnicas de publicidad y propaganda"), la cual se cursaba en un semestre. Dos materias, el 5.3% relacionadas con la información ("Técnicas de información por radio, cine y televisión, y "Trabajo de campo: técnicas de información por radio, cine y televisión") y un curso monográfico que era optativo lo que se explica como el 2.6%.

De hecho, como ya lo había expresado, aunque existieron cambios que favorecieron la profesionalización en este plan no fueron suficientes, pues las materias que se referían al periodismo seguían siendo pocas en relación a las otras áreas, por lo que fue necesario un nuevo plan.

El tercer plan de estudios (1966-1971) apareció con algunas innovaciones; destacan en primer término el nombre de la carrera, que en este caso fue Ciencias de la Información. Pese a la nueva denominación, sólo se cursaban 4 materias, el 11% de un total de 36, las cuales en realidad correspondían a estas ciencias: "Introducción a la ciencia de la información" (1er. semestre), "Psicología de la información" (4o semestre), "Técnicas de información por radio, cine y televisión". Estas materias eran muy pocas, si se toma en cuenta que la licenciatura se denominaba Ciencias de la Información. Todos estos cursos tuvieron una duración semestral.

En relación al área de periodismo, se puede observar que comprendían 12 asignaturas, representando 33.3%, las cuales se distribuían del segundo al décimo semestre. De igual forma, se cursaba una materia referida a la publicidad y propaganda, otra al estudio de la opinión pública y por primera vez, se introducía al alumno al área de las relaciones públicas con una materia, en total eran 3 lo que significaba el 8.3%.

En los dos últimos semestres, se cursaban dos seminarios de pre-tesis lo que representaba el 5.6%, precisamente para finalizar los estudios y comenzar la preparación de su investigación para obtener el título profesional. Asimismo, desde el quinto hasta el décimo semestre se cursaba una materia optativa, haciendo un total de 6, es decir el 16.7%.

Por otra parte, las materias relacionadas con los conocimientos generales disminuyeron, ahora se cursaban sólo 7, es decir el 19.4%. Los idiomas en este plan desaparecieron y las materias relacionadas a la investigación se mantuvieron en 2, osea el 5.6%, "Redacción y técnicas de investigación documental" y "Métodos y técnicas de investigación de campo del reportero".

Es así, como en este plan de estudios se le comenza a dar mayor prioridad al periodismo, que a las materias de conocimientos generales; sin embargo, aunque la carrera se llamaba Ciencias de la Información en realidad existían muy pocas materias referidas a estas ciencias, no así con las de periodismo, por lo que fue necesario nuevamente hacer modificaciones a este plan de estudios.

El cuarto plan de estudios (1971-1976), tuvo diversos cambios como su nombre mismo, Periodismo y Comunicación Colectiva, dentro de estos cambios se aumentaron las materias de teoría de la comunicación para definir la separación entre formación y capacitación profesional, es decir, entre teoría y práctica. Sin embargo, las asignaturas sobre periodismo, continuaron prevaleciendo en la formación de estos profesionales. Así, de las 36 asignaturas impartidas, 8 se referían al estudio del periodismo representando el 22.2%, distribuidas de la siguiente manera:

En el segundo semestre: "Redacción periodística I (nota informativa y crónica noticiosa)".

En el tercer semestre: "Redacción periodística II (entrevista)".

En el cuarto semestre: "Redacción periodística III (reportaje)".

En el quinto semestre: "Redacción periodística IV (editorial, artículo de fondo, comentario y crítica)".

En el sexto semestre: "Redacción periodística V (corrección de estilo)", "Trabajo de editorial y de imprenta".

En el séptimo semestre: "Redacción periodística VI (técnicas de edición) y "Técnicas de periodismo gráfico".

De igual forma, 6 materias, es decir el 16.6%, se dedicaban al estudio de la comunicación, en el primer semestre se impartía "Los medios y la teoría de la comunicación colectiva I (prensa y cine)", en el segundo semestre "Los medios y la teoría de la comunicación colectiva II (radio y televisión)", en el tercer semestre "Sociología de la comunicación colectiva", "Desarrollo de los medios de comunicación colectiva en México", "Régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México" y en el cuarto semestre "Psicología de la comunicación colectiva".

Hasta aquí resulta interesante observar que desde los primeros semestres se introduce al alumno al estudio de la especialidad, además de que en este cuarto plan de estudios se vuelve a retomar la enseñanza de los idiomas que en el anterior había desaparecido, cursándose en dos semestres, representando el 5.6%. En relación a la metodología de la investigación su estudio disminuyó, pues solamente se cursaba una sola materia, oséa el 2.8% "Redacción e investigación documental".

Por otra parte, las materias referidas a los conocimientos generales también disminuyeron en relación al plan anterior, de 7 a 5, es decir el 13.9%. Asimismo, a diferencia del tercer plan, ahora se cursaban 9 materias optativas, que iban desde el cuarto al octavo semestre lo que se expresa como el 25%, dejando para el noveno y décimo semestres los dos seminarios de tesis es decir el 5.6%. Por último, se cursaban 3 materias el 8.3%, de otras áreas como opinión pública, publicidad y propaganda y relaciones públicas, desapareciendo las de ciencias de la información que como se recordará en el plan de estudios anterior fueron la innovación.

A pesar de que el estudio del periodismo y la comunicación colectiva hacían un total de 14 materias expresadas como el 38.9%, sin tomar en cuenta las optativas que podían incrementar su valor, este plan fue nuevamente reformado. Sin embargo, es importante destacar que en todas las reformas sufridas por los planes de estudio, el área que ha prevalecido es la de periodismo.

El quinto plan de estudios tuvo lugar en 1976, ya que se consideraba que la enseñanza de esta profesión no se encontraba acorde con la situación que prevalecía en el mercado laboral, lo mismo que ahora sucede, pues nuevamente los planes de estudio, necesitan una reforma, a fin de que los alumnos que estudian esta carrera cuenten con una preparación actualizada en lo científico y acorde con el mercado de trabajo.

Así, de 30 materias \*, 13 se refieren a conocimientos generales lo que se entiende como el 43.3%. Si se toma en cuenta que en el primer plan de estudios el porcentaje de esa área era de 62.5%, se podría aseverar que disminuyó. Sin embargo, si se toma como referencia el cuarto plan 13.9%, se verá que en realidad se incrementaron nuevamente las materias de ese tipo. Cabe aclarar, que estas asignaturas se aglutinan en los tres primeros semestres en una etapa que se considera de formación básica común, la cual consta de un año y medio con un total de quince materias obligatorias, no sólo para comunicación, sino para todas las carreras impartidas en la Facultad, lo que impide que los alumnos tengan desde el primer semestre contacto con la especialidad.

Además de estas materias, se imparte en este mismo tronco 3 asignaturas, es decir el 10% del área de la metodología de la investigación que son el "Taller de investigación y redacción " en el primer semestre, "Metodología I " en el segundo semestre, "Metodología II" en el tercer semestre; ya que en el plan de estudios se considera que "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".(22)

---

\* No tomé en cuenta las materias optativas, en la medida en que los alumnos de esta licenciatura pueden seleccionar otras asignaturas fuera de su especialidad, lo que limita conocer con certeza la formación con la que cada uno de ellos concluirá la carrera

22. Ver (ANEXO N° 5) Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1976, México, FCPyS-UNAM. 1976, p.21

No obstante que la investigación es un medio fundamental en el trabajo del comunicólogo, el estudiante no vuelve a recibir cursos u otras materias de este género, ante lo que conviene preguntar si ¿bastarán tan sólo tres asignaturas para adquirir los conocimientos necesarios para poder realizar una investigación?. Por mi propia experiencia me atrevo a decir que no es así, pues generalmente los alumnos tenemos problemas metodológicos para delimitar de manera objetiva y sistemática un problema de investigación y más aun, los problemas se agudizan al realizar la misma.

A partir del cuarto al sexto semestre de la carrera, se inicia una segunda etapa en donde las materias son obligatorias de la especialidad, con un total de quince. Dentro de esta etapa, encontramos tres materias o sea el 10% referidas al periodismo\*, distribuidos de la siguiente manera:

- En el cuarto semestre: "Géneros periodísticos informativos (nota informativa, crónica noticiosa y entrevista)",
- En el quinto semestre: "Géneros periodísticos interpretativos (reportaje).
- En el sexto semestre, "Géneros periodísticos de opinión (editorial, artículo de fondo y comentario)".

---

\*Esto no indica que en otras materias la enseñanza del periodismo se excluya.

Asimismo, son 10 materias, lo que se expresa como el 33.3% las que se refieren al estudio de las ciencias de la comunicación, distribuidas de la siguiente manera:

En el cuarto semestre: "Teoría de la comunicación y la información", "Introducción a la lingüística", "Psicología social", "Desarrollo, régimen y estructura de la comunicación colectiva en México I".

En el quinto semestre: "Teorías de los medios de comunicación colectiva", "Lenguaje y sociedad", "Sociología de la comunicación colectiva", "Desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación colectiva en México II".

En el sexto semestre: "Técnicas de información por radio y televisión", "Psicología de la comunicación colectiva" e "Introducción al estudio de la opinión pública". De esta serie de materias solamente son dos prácticas, las que se refieren a las técnicas de información; aunque esto depende del profesor que las imparta, ya que no todos lo llevan a cabo, así, muchos se quedan en la teoría.

Las materias optativas, son 10, distribuidas en los dos últimos semestres. En esta elección, se les recomienda a los alumnos que cursen las materias de acuerdo a sus intereses "intelectuales y profesionales".

Como se ha visto, la mayoría de las materias hasta aquí, son de carácter teórico, en total 22 del tronco común y obligatorias de la carrera y 8 prácticas es decir, 5 obligatorias de la carrera y 3 del tronco común, estas últimas relacionadas con la metodología de la investigación. Lo que nos demuestra que la carrera es en

un 73.3% teórica\*, en relación al 26.7% práctica\*\*. Y aunque tomaran en cuenta las optativas de la carrera y éstas, a su vez fueran todas prácticas, lo que resulta difícil que ocurra, no sólo por el hecho del tipo de materias, sino de cómo son impartidas, tendríamos que en un 55% la carrera sería teórica, en relación al 45% práctica. Lo que indica que a los comunicólogos se les prepara en un terreno más teórico que práctico.

Tal vez en este sentido podría parecer ligeramente equivalente, si las materias teóricas se refirieran a las ciencias de la comunicación (englobando al periodismo), pero no es así, recordemos que 12 de ellas son de conocimientos generales lo que se expresa como el 30 del 55%.

Por otra parte, la enseñanza de técnicas y conocimiento de equipo comunicativo esta sujeto a los últimos semestres, claro como ha quedado expresado, esto es a consideración de los profesores que imparten las asignaturas. No quiero decir con esto que la enseñanza de la técnica sea más importante que la teoría, sino que deben ir a la par. Ya que de otra manera, no se estarían cumpliendo con los objetivos que guarda el plan de estudios de una universidad:

---

\*De acuerdo a la Real Academia de la Lengua Española, la teoría se entiende, como el conocimiento especulativo considerado como independencia de toda aplicación. 2. Serie de leyes que sirven para relacionar determinado orden de fenómenos. 3. Hipótesis cuyas consecuencias se aplican a toda una ciencia o a parte muy importante de la misma.

\*\*La práctica es la aplicación de las facultades que enseñan el modo de hacer una cosa.

## Objetivos Generales

El alumno será capaz de:

- "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"<sup>(23)</sup>.*

Por lo anterior, se puede comprender que si bien el plan de estudios ha sufrido diversas modificaciones desde su creación, actualmente necesita con urgencia de una reforma que permita su actualización en relación al desarrollo de la disciplina de la comunicación y a las demandas del mercado laboral; ya que si los objetivos del plan realmente se cumplieran los egresados de esta licenciatura no tendrían problemas al solicitar empleo; sin embargo, esto no es lo que sucede, ya que este problema de formación impide que los egresados se incorporen a las áreas de su preferencia. Porque si bien, un comunicólogo egresado de esta Facultad puede realizar trabajo de análisis, para desenvolverse en el campo de la información, producción y realización en los diferentes medios de comunicación, le resulta más complicado, ya que generalmente las empresas prefieren a profesionistas de otras universidades, por tener mayor conocimiento sobre las técnicas y manejo de equipo comunicativo.

23. Ver. (ANEXO N° 5) Op. cit., Planes de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1976, p. 21

Sin embargo, esta predilección no es gratuita, pues por ejemplo en el caso de la Universidad Iberoamericana, se imparten materias sobre las técnicas de comunicación desde el primer semestre, lo que no ocurre con los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. (24)

Por si esto fuera poco, día con día es más difícil la búsqueda de empleo para todos los que estudian esta carrera, pues tan sólo en el Distrito Federal son 21 las universidades que imparten esta licenciatura, mientras a nivel nacional son más de 100, sin tomar en cuenta las que lo hacen a nivel técnico en todo el país. (25)

Por las razones antes citadas, resulta necesaria la creación de nuevos planes de estudio que sean más consecuentes con las necesidades de la sociedad concretamente en Instituciones, empresas y organizaciones sociales, permitan la competitividad de los egresados de la Facultad con los de otras universidades, en un mercado que reclama profesionistas mejor preparados y por ende actualizados.

---

24. Véase Planes de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, Universidad Iberoamericana. 1988.

25. Anuario Estadístico, México, ANUIES. 1994

### **III. LA GENERACIÓN 1982-1985, DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. ESTUDIO DE CASO.**

#### **3.1. Características del universo y población de estudio.**

Para conocer el estado actual del mercado de trabajo de los egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales como ya se ha dicho, se tomó el caso de la generación 1982-1985, siendo necesario en primer lugar precisar el universo de estudio, averiguando sus características generales, es decir, de cuántas personas consta ésta generación, cuál es su situación académica actual, y por supuesto, determinar su localización (domicilios y teléfonos)\*. Ésta caracterización favoreció la posibilidad de aplicar una encuesta (26), para advertir lo que ha sucedido con estos egresados a once años de haber concluido la carrera.

---

\*En este sentido, el primer paso consistió en acudir a la Secretaría de Servicios Escolares de la Facultad, para obtener los datos deseados, sin embargo, al informarme que no contaban con un registro de alumnos de generaciones pasadas fue necesario recurrir a la Dirección de la Administración Escolar de la UNAM, por intermediación de la misma Secretaría. De ésta manera, me fue proporcionado un listado que sólo contenía los datos de los alumnos de esta y otras generaciones, que habían concluido la carrera con el cien por ciento en créditos. Por lo que fue necesario volver a hacer otra petición a la misma Dirección. Después de algunos meses se me facilitó un segundo listado, que a diferencia del primero, este sí contenía los datos solicitados (todas las personas que forman parte de la generación, con sus respectivos domicilios y teléfonos), aunque cabe aclarar que estos corresponden al año de ingreso de los alumnos, ya que es el primer y último registro que se tiene al respecto

26. Según Ario Garza del Mercado, la encuesta es entendida, como el instrumento que permite la recopilación de testimonios orales o escritos, con el propósito de averiguar hechos, opiniones o actitudes. Véase. Garza del Mercado Ario. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de Ciencias Sociales. México, COLMEX, 1981, p.169

Una vez obtenidos los listados que permitan la localización de los egresados, se conoció que el universo total de la generación era de 414 alumnos, de los cuales 194, es decir el 46.9%, habían concluido la carrera con el 100 % en créditos (este dato se obtuvo del primer listado que sólo incluía a los alumnos que habían concluido el total de créditos), por lo que se investigó cuál era la situación del resto de la población.

En tanto que los datos del universo eran un tanto generales, el siguiente paso consistió en conocer las características de esta generación, con mayor precisión\*. Así, se determinó que de los 414 alumnos sólo se habían recibido 26, o sea, el 6.3% .

Al tener la referencia de que sólo existían 26 titulados, se pudo determinar que la cantidad de alumnos que terminaron los estudios pero no se habían titulado eran 168, lo que se expresa como el 40.6 %, de los 414 que integran el total de la población (ver cuadro N° 1).

De esta manera, se pudo detectar que el número sobrante, o sea, 220 alumnos, tenían como característica, no haber concluido los estudios, representando el 53.1 %.

---

\* Por lo que acudí a la Coordinación de la especialidad, en donde se me brindó la ayuda necesaria, para saber cuántos de estos egresados se habían titulado hasta enero de 1996.

**"Situación Académica de los egresados de la Licenciatura en  
Ciencias de la Comunicación, generación 1982-1985"**

**Cuadro N° 1**

ALUMNOS	TOTAL	%
TITULADOS	26	6.3
ESTUDIOS CONCLUIDOS	168	40.6
ESTUDIOS INCOMPLETOS	220	53.1
TOTAL	414	100%

\* Enero de 1996

Ya conociendo las características de la población completa a estudiar, se dividió el universo en tres subpoblaciones distintas, de las cuales se elaboraron los siguientes listados: alumnos titulados, alumnos que concluyeron la carrera con el cien por ciento en créditos (excepto idiomas) y alumnos que no terminaron la licenciatura.

### 3.2 Un acercamiento sistemático a los egresados.

Una muestra es un subconjunto de una población a estudiar y de acuerdo a Ario Garza, su importancia radica en tres aspectos fundamentales: "1) los ahorros sin los cuales sería imposible realizar muchos trabajos de campo, 2) el investigador no puede consultar siempre, como se procura hacer en el censo, a todas las unidades que forman el universo del estudio y 3) en la mayor parte de los estudios posibles solamente responde una parte de la población interrogada".<sup>(27)</sup>

Tomando en cuenta los fundamentos anteriores, en esta investigación se prosigió a determinar la muestra, siendo del 20 %. Este porcentaje fue elegido considerando la experiencia de otras investigaciones similares en cuanto a tamaño y objetivos. Debe quedar claro, que el nivel de confiabilidad no resultaba un requisito primordial, puesto que en el primer rastreo que se hizo de la población, en realidad se pudo visualizar que los atributos eran bastante semejantes.

Entre el 20 y 30 % en poblaciones a las que se aplica una cédula como la de esta investigación, es una cifra frecuentemente utilizada y se toma más como una rutina de oficio frecuente, que como una fórmula estrictamente científica, que muchas veces implica demasiadas complicaciones y no le da mayor rigor a los estudios.

---

27. Ario Garza del Mercado. Op. cit., p. 170

En pocas palabras, la decisión respecto del 20% descansa en la experiencia que han aportado otros investigadores (28).

En este sentido, la población a estudiar consistiría en 83 casos, quedando estructurados de la siguiente manera: 5 alumnos titulados de un total de 26; 34, de 168 que terminaron los estudios sin estar titulados, y 44, de 220 alumnos que no concluyeron los estudios.

### "Tamaño de la muestra de la generación 1982-1985"

Cuadro N° 2

	UNIVERSO	MUESTRA 20 %
ALUMNOS TITULADOS	26	5
ALUMNOS CON ESTUDIOS CONCLUIDOS	168	34
ALUMNOS CON ESTUDIOS INCONCLUSOS	220	44
TOTAL	414	83

---

28. León Festinger y Daniel Katz. "La encuesta por muestreo, una técnica para la investigación en Ciencias Sociales, en Los métodos de Investigación en las Ciencias Sociales, George Katona (compilador). Buenos Aires, ed. Paidós, 1973, pp. 31-57

El tipo de muestra fue estratificada, lo cual quiere decir que de una misma población se tomaron estratos (subpoblaciones) por tener distintas características entre sí. Es decir, a partir de los atributos de la población se distinguieron tres subgrupos: los alumnos titulados, los que concluyeron los estudios sin estar titulados y los que no han terminado la carrera. De cada uno de estos grupos, se elaboró un listado particular y se tomó la muestra del 20%. La razón de realizarlo de esta forma, fue por el hecho de que si se tomaba la muestra de la población en general (sin subdividirla), se podría caer en el error de encuestar sólo a alumnos de un mismo grupo con iguales características.

### 3.3 El diseño de un perfil de estudio

#### *La encuesta*

Como es sabido, la encuesta es una técnica de investigación que en las Ciencias Sociales particularmente ha permitido identificar algunas características o atributos de la población y de igual manera, determinar opiniones y actitudes.<sup>(29)</sup>

Una encuesta para conocer la situación actual de los egresados, permitiría cuantificar un conjunto de rasgos de estos ex alumnos de comunicación, en relación a su situación actual y su correspondencia con la preparación profesional que tuvieron en la Facultad. Hay que recordar que la encuesta es una técnica que permite resultados relativamente rápidos, con costos moderados y que requiere de trabajo de campo, que normalmente se hace a través de enumeradores, a los que hay que

---

29. Guillermo Briones. Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México, ed. Trillas, 1986, pp. 97-123

preparar, a fin de que la búsqueda que se realiza, sea lo más prometedora posible. La información cuantitativa de la encuesta, fue concebida como un medio que permitiera posteriores consideraciones cualitativas; esto quiere decir, que sometida al análisis y la interpretación, permitiera que las cifras se convirtieran en conclusiones debidamente sustentadas.

El interrogatorio de una encuesta tal como lo recomiendan los metodólogos normalmente es breve y se aplica en tiempos cortos. En el caso de esta investigación, el cuestionario de 24 preguntas se aplicó en un tiempo promedio de 15 minutos cada uno. Los expertos insisten en que el instrumento de investigación en una encuesta puede ser un cuestionario o una cédula. La diferencia entre uno y otro, es que el cuestionario está destinado a ser respondido por los propios informantes, mientras que la cédula requiere de la presencia de un enumerador o encuestador.

El instrumento utilizado en esta investigación fue la cédula, por lo que se emplearon enumeradores o encuestadores, ya que era necesario registrar algunas actitudes e inclusive precisar algunos datos respecto a la ubicación de los integrantes de la generación, esto es, no había un listado de la población totalmente actualizada puesto que existía una movilidad domiciliaria y ocupacional frecuente. La población fue localizada lo mismo en domicilios particulares, que en lugares de trabajo y les fue aplicada la cédula en una sola ocasión, ya que por el contenido breve como se ha dicho, no requería de más tiempo. El enumerador registró los datos que contemplaba la cédula y registró las respuestas, sus observaciones y algunos comentarios.

### *La aplicación de la encuesta.*

Como ya se indicó con anterioridad, las encuestas se aplicaron vía telefónica y visitas a domicilio, apoyados por un grupo de 7 personas que aplicaron la cédula mediante previa capacitación.

Una vez ya integrados los encuestadores, se les dio como ya lo había dicho, un pequeño curso de capacitación. Durante este curso, se les explicaron tanto los objetivos de la investigación, como la técnica de la encuesta y la forma de aplicarla, para de esta manera obtener los mejores resultados en la investigación.

De acuerdo a la muestra, a cada uno de los encuestadores se les proporcionó un listado, el cual contenía los nombres completos, domicilios y teléfonos, de las personas a quienes se les debían aplicar la encuesta. Asimismo, se les distribuyeron a cada uno de los encuestadores, Los formularios para ser aplicados, no sin antes explicarles como debían manejarlos\*.

---

\*En primer lugar, se les indicó que una vez localizadas cada una de las personas pertenecientes a la generación 82-85, se les debía informar que la encuesta se realizaba con el objetivo de conocer la situación académica y profesional frente al mercado laboral de la generación a la cual pertenecen, por lo que se les solicitaba su colaboración en dicha investigación, pues la información obtenida sería utilizada para la realización de una tesis de licenciatura.

El siguiente paso consistió en indicarles que para aplicar la encuesta debían leer primero con claridad cada una de las preguntas y las posibles respuestas, anotando con precisión la respuesta dada al cuestionamiento. En este sentido se les aclaró que no debían expresar de su parte ninguna opinión, para que las respuestas fueran lo más objetivas posibles.

Por otra parte, se les explicó a los realizadores de la encuesta que una vez terminada la aplicación de la misma, se les informara a las personas encuestadas que si tenían alguna duda sobre la investigación, se comunicaran directamente con la persona encargada de la misma (se les proporcionó el nombre y teléfono de localización).

Fue así como se recabaron los resultados que en el siguiente capítulo se interpretarán, aunque debo insistir en que fue difícil localizar a la población seleccionada en la muestra, pues como ya se manifestó anteriormente se partió de datos no actualizados, por lo que resultó necesario en varias ocasiones procedió a la sustitución de casos al azar, lo que significa que al no localizar a ciertos informates comprendidos en la muestra se procede a sustituirlos por nuevos casos. Este procedimiento se denomina reposición y en el caso de este muestreo aleatorio estratificado, se realizó apoyados en las tablas de números aleatorios del Prof. Fernando Holguín Quiñones.<sup>(30)</sup>

---

30. Fernando Holguín Quiñones. Estadística Descriptiva aplicada a las Ciencias Sociales. México; FCPyS-UNAM.

### *La cédula*

La cédula es uno de los instrumentos más importantes para perfeccionar el poder de observación y tiene por objetivo definir los puntos pertinentes de la encuesta, procurando la respuesta a dichos aspectos y uniformando la cantidad de información solicitada y recopilada.<sup>(31)</sup>

Por ello y para efectos de esta tesis, se diseñó un cédula que contuviera las preguntas estrictamente necesarias para la investigación, descartando de antemano un instrumento demasiado largo, pues está probada su eficiencia relativa. Así, la cédula se constituyó en cuatro partes: en la primera se contemplaron los datos generales, en la segunda la situación académica actual de estos egresados, en la tercera la situación laboral y por último en la cuarta etapa, la relación entre su formación académica y el empleo.

Antes de diseñar totalmente la cédula, se precisó el objetivo consistente en la obtención de datos por medio de los cuales se pudiera conocer la situación académica y laboral de estos egresados, distinguiendo los problemas a los que se han enfrentado ante la búsqueda de empleo y la relación que esto tiene con su formación académica.

---

31. Leslie Kish. Muestreo de encuestas. México, ed. Trillas, 1975, pp. 101-142

Sin embargo, resultaba importante que los datos obtenidos fueran fidedignos es decir, que pudieran ser verificados, por lo que otra de las tareas consistió en una vez obtenidos los resultados localizar a algunas de las personas pertenecientes a la muestra y constatar que en efecto hubieran sido encuestados, además de que la veracidad de estos resultados se podría analizar en algunos casos mediante el cruce de variables.

En el diseño de la cédula, fue necesario estudiar el orden, los grupos de preguntas, la formulación de las mismas y por supuesto la organización de este material, ya que de la estructura dependería tanto la codificación, como la tabulación y la obtención de resultados.

Con respecto a la formulación de las preguntas, se tomó en cuenta el contenido, teniendo la seguridad que la respuesta en cuestión sería necesaria para la investigación y de esta manera determinar si se requería o no, el apoyo de otros cuestionamientos. También se cuidó el vocabulario pues este debía ser claro y preciso. Por último, se tomó en cuenta la continuidad de las preguntas para que ninguna de ellas rompiera con la secuencia.

Las preguntas fueron de tipo cerradas dicotómicas, abiertas y de opción múltiple (32). Cerradas, porque el informante o entrevistado eligió su respuesta únicamente entre las alternativas que expresamente se fijaron y dicotómicas en el sentido en que las respuestas permitidas sólo serían sí, o no, ejemplo :

---

32. Earl R. Babbie. Métodos de Investigación por encuesta, México, ed. F.C.E., 1988, pp. 174-190.

1.- ¿Está titulado?

Si ( )

No ( )

Las preguntas abiertas consistieron en que el entrevistado expresara su opinión de manera explícita, ejemplo:

9.- ¿Cuál es el nombre de la empresa o institución en donde labora? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Y por último, en las preguntas con respuestas de opción múltiple, el encuestado podría seleccionar una, o varias de las posibles respuestas, ejemplo:

15.- Si trabaja en el campo de la comunicación, ¿en qué área se desarrolla?

a)Audiovisuales ( )

b)Cine ( )

c)Docencia ( )

d)Prensa escrita ( )

e)Publicidad ( )

f)Radio ( )

- g) Relaciones públicas ( )  
h) Televisión ( )  
i) Otras ( )  
Especifique \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Asimismo, en algunas de estas preguntas se les pidió que especificaran con más precisión (como en el ejemplo anterior) su respuesta. Cabe aclarar, que todas las preguntas fueron diseñadas de manera directa es decir, hacia la persona en cuestión, ejemplo:

12.- ¿En relación a su trabajo usted, con quién acuerda? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Las cuatro partes en las que se constituyó la cédula fueron las siguientes: en la primera, se contemplaron los datos generales; en la segunda, la situación académica actual de los egresados; en la tercera, su situación laboral, y en la cuarta, la relación existente, entre su formación académica y el empleo.

#### I. Datos generales

Primero se tomaron en cuenta datos generales de los egresados respecto a su edad; el sexo y el estado civil.

Esta primera parte, resultó interesante en la medida en que indicadores como el estado civil, podrían en algún momento ser determinante para haber o no, concluido la carrera o estar titulado.

## II. Situación académica actual

Para el diseño de este apartado se consideró una serie de siete preguntas, las cuales se citan a continuación:

La primera de ellas, se refería a la titulación, ésta pregunta me permitió conocer, si las personas pertenecientes a ésta generación, estaban o no tituladas. Asimismo, verificar si los datos de los cuales partí para la realización de esta encuesta eran, o no, fidedignos.

1.- ¿Está titulado?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

Las siguientes dos preguntas, fueron consideradas en la cédula, con el objetivo de conocer cuántas y cuáles son las materias más comunes que adeudan los alumnos y con ello estimar las posibles causas.

2.- ¿Ya terminó las materias de la carrera?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

3.- ¿Si su respuesta es negativa, ¿cuántas materias adeuda?

- a) Tronco común ( )
- b) Obligatorias de la carrera ( )
- c) Optativas de la carrera ( )

Como es sabido, los idiomas son un requisito que se debe cubrir para poder titularse, por lo que ésta pregunta se planteó con la finalidad de conocer la situación de los egresados a fin de saber si esto ha sido un impedimento para titularse.

4.- ¿Ya acreditó los idiomas?

Si ( )

No ( )

La elaboración de la tesis resulta para muchos un problema y es en este sentido que era importante determinar cuáles son los motivos más frecuentes para no titularse y determinar si esto se debe a la formación profesional, o simplemente a actitudes personales.

5.- ¿Ya concluyó su tesis profesional?

Si ( )

No ( )

6.- ¿Si su respuesta es negativa, indique ¿por qué motivos no ha elaborado la tesis?.

a)Acreditación de los idiomas ( )

b)Estudios Incompletos ( )

c)Dificultades en el desarrollo de su investigación ( )

d)Falta de interés ( )

e)Falta de tiempo ( )

f)Otros ( )

Especifique \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7.-¿Piensa titularse?

Si ( )

No ( )

¿Porqué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Por otra parte, cada uno de los cuestionamientos anteriores se tomaron en cuenta con el objetivo de conocer la situación académica que viven los egresados de esta generación, además de saber si estos aspectos han sido determinantes en la consecución de oportunidades de empleo.

### III. Situación laboral

En este tercer apartado, el objetivo central, fue determinar por medio de las preguntas, la situación de estos egresados frente al mercado laboral, mediante nueve cuestionamientos.

En primer lugar, resultaba interesante saber, si los egresados de la generación en estudio se encontraban trabajando en el área de comunicación, si sus tareas se relacionaban con su profesión, o de lo contrario conocer a qué se dedicaban y por ende, el sueldo que percibían. En el caso de este último punto referente al ingreso mensual, es sabido que las personas generalmente no contestan sinceramente, pensando en esto las opciones de respuesta fueron proporcionadas dentro de ciertos parámetros permitiendo al encuestado contestar de manera no exacta sobre sus ingresos. Por otra parte, fue necesario realizar otro tipo de cuestionamientos, que permitieran diagnosticar la veracidad de esta preguntas. Estas preguntas, se relacionaban directamente con la actividad que desempeñan actualmente las personas que tienen a su cargo y con quienes mantienen acuerdos.

8.- ¿En dónde trabaja actualmente?

- a) Sector público ( )
- b) Sector privado ( )
- c) En forma independiente ( )

Al término de esta pregunta, existía una nota que indicaba que en el caso de que la persona estuviera desempleada pasara a la pregunta número 13, de no ser así continuara respondiendo las siguientes cuestiones.

El conocer el lugar de trabajo, permitió tener una referencia de las actividades que desempeñan y con ello más adelante determinar como ya se dijo, si sus ingresos corresponden a sus actividades profesionales.

9.- ¿Cuál es el nombre de la empresa o institución en donde labora?

---

10.- ¿Qué puesto ocupa donde trabaja?

---

11.- ¿Cuántas personas trabajan bajo sus órdenes?

- a) Ninguno ( )
- b) De 1 a 3 ( )
- c) De 4 a 5 ( )
- d) De 7 a 9 ( )
- e) Más de 10 ( )

12.- En relación a su trabajo, ¿Con quién acuerda usted?

---

13.-¿Cuál es su ingreso mensual?

- a) Hasta un salario mínimo ( )
- b) De 2 a 4 veces el salarios mínimos ( )
- c) De 5 a 7 veces el salarios mínimos ( )
- d) Más de 8 veces el salarios mínimos ( )

14.-¿Desde cuando comenzó a trabajar en el área de comunicación?

- a) No ha comenzado ( )
- b) Antes de iniciar la carrera ( )
- c) Durante la carrera ( )
- d) Al terminar la carrera ( )

15.-¿Si trabaja en el campo de la comunicación ¿En qué área se desarrolla?

- a) Audiovisuales ( )
- b) Cine ( )
- c) Docencia ( )
- d) Prensa escrita ( )
- e) Publicidad ( )
- f) Radio ( )
- g) Relaciones públicas ( )
- h) Televisión ( )
- i) Otras ( )

Especifique \_\_\_\_\_

16.- ¿Las tareas que le han sido asignadas en su trabajo actual se relacionan con la carrera de comunicación?

Si ( )

No ( )

¿Por qué? \_\_\_\_\_

En general, cada uno de estos puntos se tomaron en cuenta con la inquietud de conocer la situación de estos egresados frente al mercado laboral. Saber si en realidad trabajan en su área o de lo contrario, conocer a qué se dedican.

#### IV. Relación formación académica-empleo.

Debido a la problemática que existe entre la vinculación formación académica-empleo, fue necesario en esta cuarta sección de la cédula considerar una serie de ocho cuestionamientos que permitieran averiguar, qué tipo de limitaciones han sufrido los egresados de esta carrera, al tratar de incorporarse al mercado laboral, conocer sus opiniones con respecto a la formación tanto teórica como práctica que les brindó la Facultad, entre otros.

17.- Después de haber concluido la carrera, ¿cómo consiguió su primer empleo?

- a) Por recomendación de un amigo o familiar ( )
- b) Por recomendación de un profesor ( )
- c) Por servicio social ( )
- d) Por vacantes y solicitud de empleo ( )
- e) Otros ( )

Especifique \_\_\_\_\_

18.- ¿Indique cuáles han sido las principales limitaciones a las que se ha enfrentado para desempeñar su profesión?

- a) Falta de conocimientos teóricos especializados ( )
- b) Falta de conocimientos de equipo técnico actualizado ( )
- c) Falta de experiencia ( )
- d) Incompatibilidad de su ideología con la de la empresa ( )
- e) Otras ( )

Especifique \_\_\_\_\_

19.- ¿Qué expectativas de superación le ofrece la empresa para su superación o actualización profesional?

- a) Amplio desarrollo profesional ( )
- b) Ascenso profesional constante ( )
- c) No existen expectativas ( )
- d) Otros ( )

Especifique \_\_\_\_\_

20.- ¿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.?

Sí ( )

No ( )

¿Por qué? \_\_\_\_\_

21.- ¿Cree que la formación académica que le brindó la Facultad fue suficiente para desarrollarse profesionalmente?

Sí ( )

No ( )

¿Por qué? \_\_\_\_\_

22.- ¿Cuando terminó la carrera, conocía suficientemente las funciones del comunicólogo?

Sí ( )

No ( )

23.- ¿Cómo catalogaría los planes de estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que ofrece la FCPyS?

a)Actualizados ( )

b)Acordes a la práctica profesional ( )

c)Desvinculados con las necesidades actuales del mercado de trabajo ( )

d) Otros ( )

Especifique \_\_\_\_\_

24.- ¿Cómo consideraría la enseñanza práctica de la carrera de comunicación en la Facultad?

a) Teórica, en tanto que permite el conocimiento ( )

b) Práctica, en tanto que permite el manejo de instrumental técnico ( )

c) Completa, en tanto que permite el conocimiento y el manejo de instrumental técnico ( )

d) Incompleta, en tanto que no permite ni el conocimiento, ni el manejo del instrumental técnico ( )

e) Otra opción ( )

Especifique \_\_\_\_\_

Esta serie de cuestiones se desarrollaron tomando en cuenta las características de la generación, ya que era preocupante que más del 50% no hubieran concluido los estudios y que sólo el 6.3% estuvieran titulados.

Con las respuestas obtenidas se podría determinar, si la formación que la Facultad les brindó, fue determinante para la consecución de oportunidades de empleo o, si por el contrario esto no tiene nada que ver y el subempleo o desempleo, obedece a otros factores

### *Procesamiento de la información.*

Esta etapa se hizo manualmente por lo que fue un tanto tardada y tediosa. El procesamiento de la información se dividió en varias etapas, la primera de ellas consistió en reunir todas las cédulas y acomodarlas por grupos, los titulados, los que concluyeron la carrera con el cien por ciento en créditos y los que no terminaron los estudios, esto es la clasificación.

Asimismo, se diseñó una hoja de codificación en donde se tomaron en cuenta todas las posibles respuestas a cada pregunta hecha en el cédula. Este proceso se expresó por intervalos en algunos casos, ejemplo:

Edad	Titulados
a)30-32	(1)
b)33-35	(3)
c)36 y más	(1)
d)No contestó	(0)
e)No opera	(0)

En este ejemplo, las respuestas obtenidas fueron en el caso de los titulados que uno de cinco casos tenían entre 30 y 32 años, 3 entre 33 y 35 y una persona más 36 años.

La tabulación pretende saber cuántos y qué respuestas fueron proporcionadas por los encuestados es decir, del siguiente ejemplo, de los alumnos que no terminaron la carrera cuántos ya acreditaron los idiomas

4.- ¿Ya acreditó los idiomas?

- a)SI (10)
- b)No (34)
- c)No contestó (0)
- d)No opera (0)

En este caso, 10 personas ya acreditaron los idiomas mientras 34 no lo han hecho.

Es importante aclarar, que para todas las alternativas de respuesta de cada uno de los cuestionamientos, en la codificación existieron dos opciones más. La primera de ellas fue "No contestó", esta opción, permitió contar todas aquellas respuestas que por alguna razón, no fueran contestadas por los encuestados. En el segundo caso, la alternativa "No opera", se empleó cuando las posibilidades implicaban que ciertos informantes no debían responder, ya que no les correspondía por ejemplo, en el caso de los titulados las respuestas referentes a los idiomas, o a la conclusión de estudios ya no era procedente, por lo que no era necesario que emitieran su contestación.

Después de esta pregunta existía una nota que decía: En caso de que su respuesta sea afirmativa remítase a contestar el apartado III referente a la Situación Laboral, por lo que al ser las respuestas afirmativas, ya no resultaba importante que los titulados respondieran las siguientes 6 preguntas, pero para efectos del conteo sí era necesario, por lo que tabuló con la opción "No opera" (alternativa de respuesta que se emplea cuando las posibilidades implican que ciertos informantes no las responderán ya que no corresponde a ellos ejemplo: Embarazo en el

sexo masculino, servicio militar femenino en México etc. En estos casos cuando se plantean como alternativas en uno de los géneros esas preguntas no operan).

En otros casos las respuestas a las preguntas realizadas en la cédula tuvieron que ser interpretadas por ejemplo en la 7, que dice ¿piensa titularse?, las opciones eran sí y no, agregando el por qué de su respuesta. En este proceso, la codificación se tabuló mediante las siguientes opciones:

- a) Sí, porque es importante concluir los estudios ( )
- b) Sí, porque es un requisito para buscar mejores oportunidades de empleo ( )
- c) Sí, para poder realizar estudios de posgrado ( )
- d) No, porque no me interesa ( )
- e) No, por falta de tiempo ( )
- f) No, es necesario para ejercer la profesión ( )
- g) No, es necesario para tener o buscar mejores opciones de empleo ( )
- h) No, porque sólo es un documento ( )
- i) No contestó ( )
- j) No opera ( )

En forma breve y general, éste fue el proceso que se siguió para tratar la información haciéndolo por separado con cada uno de los grupos los titulados, los que concluyeron la carrera con el cien por ciento en créditos y los que no terminaron los estudios. Posteriormente, se virtieron estos resultados en una sola tabla, lo cual permitió, la interpretación de los mismos.

## IV. EL PERFIL DE LA GENERACIÓN 1982-1985.

### *4.1 Apreciaciones generales*

Motivada por el deseo de superación académica de la carrera en Ciencias de la Comunicación, impartida en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, realicé un estudio de la situación académica y profesional de la generación 82-85, como un ejemplo de lo que sucede con algunos de los egresados de esta licenciatura, sin que por ello establezca que todas las generaciones se comportan de la misma manera (aunque los problemas fundamentales son los mismos).

Esta generación fue tomada como ejemplo, ya que al haber transcurrido más de una década de haber egresado de las aulas, se podría vislumbrar que la mayoría de sus integrantes gozarían de una buena situación académica y profesional. Sin embargo, la situación a la que ellos se han enfrentado ha sido distinta.

Para poder conocer su situación actual fue necesario realizar una encuesta e investigar, cuáles han sido los problemas reales a los que se han enfrentado estos egresados. De esta manera con la información obtenida de las encuestas, se pudo cumplir con los objetivos de esta investigación referentes, entre otros aspectos, al conocimiento de los problemas que han tenido estos egresados, tanto para culminar sus estudios, como para incorporarse al mercado laboral. Es aquí, en este cuarto capítulo en donde se recogen todas las experiencias y opiniones de los egresados dando el tratamiento a esta información. Este apartado consta de dos fases, la primera de ellas nos muestra los resultados generales que se obtuvieron de la encuesta, mientras en la segunda se desarrolla con mayor precisión cada uno de los aspectos considerados, y la interpretación entre los mismos para finalmente poder desarrollar en un siguiente apartado las conclusiones y algunas sugerencias.

## 4.2 Características básicas

### I. Datos generales

En este primer apartado el objetivo central fue averiguar el sexo, la edad y el estado civil de los encuestados, con la finalidad de determinar en lo consiguiente si estos aspectos han sido o no determinantes en la consecución de logros como lo es la tesis profesional.

#### Edad

La edad de los 83 egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, generación 1982-1985, oscila entre los 30 y 35 años, 59 casos es decir el 71%, mientras son 15 personas el 18%, las que tienen más de 36 y sólo 9 el 11%, las que tienen entre 30 y 32 años. Es decir, los egresados al ingresar a la licenciatura tenían 20 años en promedio y 24 al concluir la misma.

#### Sexo

De las 83 personas encuestadas, 49, es decir el 59%, pertenecen al sexo femenino y 34, el 41% al masculino.

#### Estado civil

De la población que ahora nos ocupa, 33 personas, el 40% son solteras; 47, el 57%, son casadas y 3, el 3% divorciadas.

## II. Situación académica actual

El conocer la situación académica de estos egresados resultó interesante, no sólo para saber cuáles son las materias que más adeudan o qué dificultades han tenido para concluir la carrera y titularse, sino también para aclarar algunas dudas y poder sugerir algunas modificaciones a los planes de estudio de esta licenciatura vigentes en la Facultad.

En relación a su situación académica sólo 5 personas, el 6%, se han titulado; 34, el 41%, concluyeron las materias de la carrera y 44, el 53%, no han terminado los estudios. Entre las materias que más adeudan están las relacionadas con el tronco común, en esta situación se encuentran 25 personas, el 32%. En el área de obligatorias de la carrera son 16, el 20% y por último en relación a las optativas, solamente existen 3 casos, el 3%.

### Idiomas

Los idiomas son requisitos que se piden a los estudiantes de esta carrera para poder titularse, en esta generación encontramos que son 55 personas, es decir el 66%, los que no los han acreditado mientras 23 ya lo hicieron, el 28% y 5 casos más el 6%, no operan porque están titulados.

### Titulación

De las 83 personas encuestadas, como ya se había dicho, solamente se han titulado 5, el 6% y 78, el 94%, no lo han hecho debido a diferentes causas como lo son: estudios Incompletos, 44 casos, osea el 56%; dificultades en la Investigación, 15 casos, el 19%; acreditación de los idiomas; 9, lo que se expresa como el 12%; falta de tiempo 5, el 6%; falta de Información, 3, el 4% y 2 personas no contestaron, es decir el 3%.

Sin embargo y pese a las dificultades que estos egresados dicen tener, en 69 casos, lo que se expresa como el 83%, están interesados en titularse mientras 9, el 11%, manifestaron su desinterés por hacerlo. Las opiniones al respecto son diversas:

En 34 casos, el 41%, opinaron que la titulación es importante para concluir los estudios, asimismo, en 29 casos, el 35%, dijeron que en la actualidad es un requisito para acceder a mejores oportunidades de empleo y por último 6 casos, el 7%, opinaron que es necesario para en un futuro poder realizar estudios de posgrado.

Por otra parte, de los 9 casos que no manifestaron interés en titularse, 4, el 5% dijeron simplemente no estar interesados; 2, el 2%, comentaron que no es necesario tener un título para ejercer la profesión. De igual manera, 3 casos, el 4%, descartaron esa posibilidad, pues para ellos el título sólo significa un documento que no avala realmente los conocimientos profesionales adquiridos.

### III. Situación laboral

El investigar a qué se dedican estos egresados tras una serie de nueve preguntas, permitió adentrarme más en su vida laboral y de ésta forma, saber si realmente se desarrollan en el área de comunicación y de no ser así, conocer a qué se dedican.

### ¿Qué hacen los egresados?

De las 83 personas a las cuales se les aplicó la encuesta, 51 casos, es decir el 61% realizan otras labores distintas a la profesión; 19, el 23% se desarrollan en el área de comunicación y 13 casos, el 16%, se encuentran desempleadas.

### ¿En dónde laboran?

En el sector privado se encuentran laborando 14 personas lo que se expresa como el 17% y 14 más, el 17%, en el sector público. Asimismo, los resultados nos informan que en 42 casos, el 50%, trabajan de forma independiente.

### ¿Qué puestos ocupan en donde trabajan?

De la muestra total (83 casos) y descartando a los desempleados, las respuestas con respecto al puesto que ocupan fueron las siguientes: 46, el 55%, dijeron ocupar puestos directivos (nivel alto), 14, el 17%, ejecutivos (nivel medio) y en 10 casos, el 12%, desempeñan actividades operativas (nivel bajo)\*.

### ¿Cuántas personas tienen bajo sus órdenes?

Estos egresados dijeron tener bajo sus órdenes: en 20 casos, el 24%, a ninguna persona; 4, el 5%, respondieron que de 1 a 3 personas; 5, el 6%, de 4 a 6 y 9, el 11%, dijeron tener de 7 a 9. Asimismo, en 26 casos, es decir el 31%, los encuestados dijeron tener más de 10 personas trabajando bajo sus órdenes y 6 casos, el 7% no contestaron.

---

\*Entendiendo a los directivos (nivel alto) como aquellos que están al mando de una empresa o institución; a los ejecutivos (nivel medio), como aquellos que llevan a cabo las decisiones de los anteriores y por último a los operativos (nivel bajo), quienes realizan estas labores. Cabe aclarar que de los 46 que ocupan puestos directivos, solo 4 se desarrollan en el área de la comunicación; mientras los 42 restantes son socios o dueños de sus negocios.

### ¿Con quienes acuerdan?

Los encuestados dijeron tener acuerdos en 57 casos, lo que se entiende como el 82%, con directivos; 10 casos, el 14% con ejecutivos y en 3 casos, el 4%, opinaron mantener acuerdos con operadores.

Cabe aclarar, que existe contradicción, entre las personas que dijeron ocupar puestos directivos y las 57 que acuerdan con este mismo nivel, pues si son directivos, no pueden acordar con ellos mismos. Sin embargo también es necesario dejar claro que de estas 46 personas, sólo 4 se desarrollan en el área de comunicación y 42 en el comercio. Es decir que estos últimos se incluyeron en el rango de directivos por el hecho de ser socios o dueños de sus negocios

Aunque el puesto que tienen, está en razón a la empresa e institución de que se trate, se tendría que conocer el organigrama de cada una de esas. Pues el sueldo por sí mismo, no nos puede dar una idea totalmente objetiva de las responsabilidades que estas personas tienen.

### Sueldo

El sueldo mensual que reciben estas personas por realizar su trabajo es de: 9 personas, el 11%, de 2 a 4 veces el salario mínimo vigente en enero de 1996 (es decir, de \$1209 a \$2418), 5 casos, el 6%, de 5 a 7 veces (\$3023 a \$4232) y 56 personas, el 67%, más de 8 veces el salario mínimo (\$4836).

### ¿Con quienes acuerdan?

Los encuestados dijeron tener acuerdos en 57 casos, lo que se entiende como el 82%, con directivos; 10 casos, el 14% con ejecutivos y en 3 casos, el 4%, opinaron mantener acuerdos con operadores.

Cabe aclarar, que existe contradicción, entre las personas que dijeron ocupar puestos directivos y las 57 que acuerdan con este mismo nivel, pues si son directivos, no pueden acordar con ellos mismos. Sin embargo también es necesario dejar claro que de estas 46 personas, sólo 4 se desarrollan en el área de comunicación y 42 en el comercio. Es decir que estos últimos se incluyeron en el rango de directivos por el hecho de ser socios o dueños de sus negocios

Aunque el puesto que tienen, está en razón a la empresa e institución de que se trate, se tendría que conocer el organigrama de cada una de esas. Pues el sueldo por si mismo, no nos puede dar una idea totalmente objetiva de las responsabilidades que estas personas tienen.

### Sueldo

El sueldo mensual que reciben estas personas por realizar su trabajo es de: 9 personas, el 11%, de 2 a 4 veces el salario mínimo vigente en enero de 1996 (es decir, de \$1209 a \$2418), 5 casos, el 6%, de 5 a 7 veces (\$3023 a \$4232) y 56 personas, el 67%, más de 8 veces el salario mínimo (\$4836).

### Área de trabajo

En 19 casos, lo que se expresa como el 23%, las tareas asignadas si se relacionan con la carrera que estudiaron; mientras 51, el 61%, dijeron que sus labores nada tienen que ver con la comunicación.

El área en que se desarrollan la mayoría de ellos, 11 casos, el 13%, es en las relaciones públicas; después se encuentra la prensa escrita con 4 casos, el 5%; el área de audiovisuales 2 casos, el 2%; solamente una persona se dedica a la docencia, el 1% y otra más a la publicidad, es decir el 1%.

Por otra parte, son 51 egresados los que no trabajan en el área de comunicación, eséa el 61%, dedicándose en 42 casos, el 50%, al comercio y como prestadores de servicios, 9 casos, el 11%.

### IV. Formación académica-desarrollo profesional.

El objetivo de este apartado, fue el de conocer la vinculación que tiene la carrera de Ciencias de la Comunicación que se imparte en la Facultad, con el mercado laboral.

### Consecución de empleo

Del total de las personas encuestadas, 7, es decir el 8%, dijeron haber iniciado a trabajar en el área de comunicación al iniciar la carrera, de igual forma 7, el 8%, dijeron haberlo hecho durante la carrera, mientras 50 casos, el 61%, no han comenzado.

Una vez concluidos los estudios estos egresados consiguieron el primer empleo de diversas formas: en 31 casos, el 37%, lo obtuvieron por vacantes y solicitud de empleo, en 20, el 24% por recomendación de un amigo o familiar y en 15 casos, el 18%, al concluir el servicio social, por recomendación de un profesor 4, el 5%; 13 casos más, lo que representa el 16% no contestaron, y 7 más dijeron no haber tenido limitaciones hasta el momento.

#### **Limitaciones en el desarrollo laboral**

Entre las limitaciones que han tenido los egresados para desempeñar su profesión se encuentran: la falta de experiencia, opinión de 33 personas, es decir el 40% y 27, el 32%, estuvieron de acuerdo en que la falta de conocimientos sobre el manejo de equipo técnico ha sido una de las limitaciones que han tenido al desarrollarse profesionalmente; así también 4 personas, el 5%, dijeron que para ellos ha sido la falta de conocimientos teóricos especializados referidos al estudio de la comunicación (teoría y práctica). Por otra parte, 7, el 8% personas no han tenido limitaciones y 13, el 16% más no operan por estar desempleados.

#### **Expectativas de superación profesional en el lugar de trabajo**

De acuerdo a la opinión de 46 encuestados, el 55%, no existen expectativas de superación, ya que la mayoría de ellos se desarrollan en otras áreas que no tienen que ver directamente con la comunicación, 10 casos, el 12%, dijeron tener amplio desarrollo para superarse profesionalmente; 8 casos, el 10%, opinaron que su ascenso profesional es constante y 6 casos, el 7% no contestaron.

### Dificultades para conseguir empleo por ser egresado de la FCPyS.

En 44 casos, es decir el 53%, los encuestados dijeron haber tenido dificultades para conseguir empleo porque generalmente las empresas prefieren a egresados de otras universidades por estar mejor preparados en cuanto a cuestiones operativas de la comunicación. Asimismo en 18 casos, el 21%, dijeron que también se han enfrentado a dificultades pero ellos por la falta de confianza que las empresas tienen de la Facultad; 8 casos, el 10% declararon que de su parte no han tenido limitación alguna por esta situación y por último, 13 personas no contestaron.

### Formación académica-desarrollo profesional.

La formación académica que les brindó la Facultad no fue suficiente para desarrollarse profesionalmente según opiniones de 72 personas, el 87%, mientras 4 casos, el 5%, consideraron que para ellos sí lo fue y 7 personas, el 8% no contestaron.

### Funciones del comunicólogo

Al preguntarles a estos egresados si al terminar la carrera conocían suficientemente las funciones del comunicólogo, respondieron lo siguiente: en 78 casos, el 94%, dijeron que no, mientras 5 casos, el 6%, aseguraron que sí.

### Planes de estudio

Los egresados en 74 casos es decir el 90%, opinaron que los planes de estudio, se encuentran desvinculados con las necesidades actuales del mercado de trabajo; 7 casos, el 8%, consideraron que se encuentran acordes al desarrollo laboral y sólo en 2 casos, el 2%, dijeron que están actualizados.

### La enseñanza de la carrera en Ciencias de la Comunicación en la Facultad.

En 47 casos, el 56%, dijeron que la enseñanza de la carrera de Ciencias de la Comunicación impartida en la Facultad, es incompleta en tanto que no permite ni el conocimiento teórico, ni el manejo de instrumental técnico; en 19 casos, el 23%, opinaron que es teórica; en 10 casos, el 12%, la consideraron completa pues tanto permite el conocimiento teórico, como el manejo de instrumental técnico; en 4 casos, el 5%, dijeron que para ellos la enseñanza de la carrera es práctica, ya que permite el manejo del instrumental técnico y por último 3 casos el 4% se reservaron sus opiniones.

### 4.3. Aspectos relevantes

#### I. Situación académica

De las 83 personas encuestadas, el 41% ya concluyeron los créditos y el 53% no han terminado las materias; de estas cifras, sólo el 6% se ha titulado en comparación al 94% que no lo ha hecho.

Es importante destacar que aunque en esta generación el 59% está formado por mujeres, mientras el otro 41% le corresponde a los hombres, se puede decir que las mujeres han sido más persistentes que los hombres en concluir los estudios. La diferencia entre mujeres tituladas con respecto a los hombres titulados, es mínima, del 1.2% (3 mujeres y 2 hombres), no así las que han concluido los créditos, pues se puede observar que en un 30% son mujeres, en relación al 11% de hombres. Y por último, las personas que no han concluido los estudios, están divididas de la siguiente manera: el 25% son mujeres, en relación al 28% de hombres.

En relación al estado civil de estas mujeres, 5 de ellas están casadas, de las que concluyeron los créditos 9 están solteras y 16 casadas; mientras las que no han terminado, 5 son solteras y 16 están casadas.

Por otra parte, las personas que están tituladas lo han hecho después de 4 años de haber egresado de las aulas. Lo indica que las personas dejan pasar un poco de tiempo para hacerlo, esto sugiere que lo hacen por presión de su trabajo o bien, de las actividades que tienen. Sin embargo el hecho de que no se titulen, está determinado por diferentes cuestiones como:

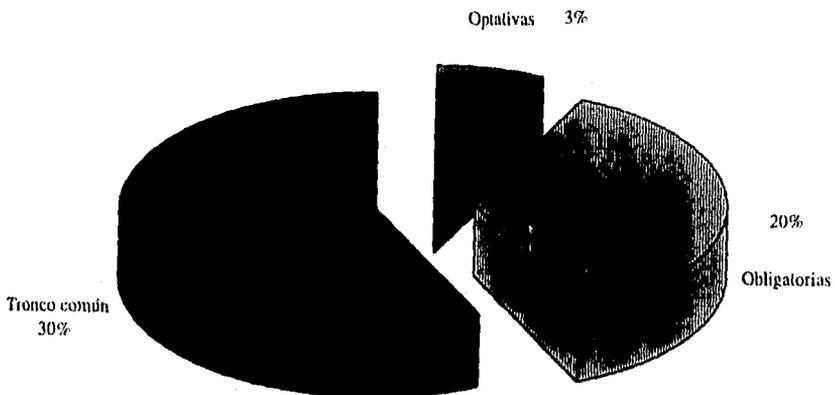
a) Estudios incompletos. En el área de tronco común en 17 casos, lo que se expresa como el 20%, los alumnos coincidieron en adeudar de 1 a 3 materias y 8, el 10%, de 4 a 7; lo que hace un total de 25 casos, es decir el 30%.

En el área de obligatorias de la carrera, en 9 casos, el 11%, deben de 1 a 3 materias; mientras en 5 casos, el 6%, dijeron adeudar de 4 a 7 y más de 8 materias solamente dos personas, el 3%; lo que nos da un total de 16 casos, osea el 20%.

Por último, en relación a las materias optativas de la carrera, se puede observar que en esta situación se encuentran 3 personas, es decir el 3%, 2 casos los que deben de 1 a 3 materias y 1 caso de 4 a 7.

## ADEUDO DE MATERIAS

Gráfica No. 1



Como se ve, la frecuencia más alta se encuentra en el área de tronco común con el 32%. Esto se debe según los propios egresados, a que resulta tedioso cursar durante tres semestres materias que ya han llevado con anterioridad en el bachillerato, desconociendo lo que en realidad a ellos les interesa como lo es, el estudio de la comunicación. Pero pese a su opinión, en los resultados obtenidos de las encuestas se puede distinguir que entre las materias que más se adeudan se encuentran: los talleres de investigación y redacción, las metodologías I y II las materias relacionadas con la historia de México y la mundial (Formación social mexicana I, II y III e Historia mundial económica y social I, II y III), siendo que estas asignaturas contienen los conocimientos básicos, informativos e imprescindibles en su formación profesional, además de que la enseñanza en uno y otro nivel es diferente.

Lo antes mencionado por los egresado parece contradictorio, pues al haber ya cursado materias de estas áreas en el bachillerato, su aprobación debería ser más sencilla, sin embargo al parecer el problema es que ellos esperaban otro tipo de conocimientos relacionados con la profesión que decidieron continuar.

En realidad, el problema anterior se desprende de otro, esto es, que la mayoría de estos estudiantes 81 casos, es decir el 98%, no conocían los planes de estudio al iniciar la carrera. Lo que me permite interpretar que básicamente el rechazo hacia estas asignaturas y su alto porcentaje de reprobación se da por el descontento que sienten estos estudiantes al no ingresar desde un primer momento a la carrera.

Por otra parte, en relación a las materias obligatorias de la carrera, el 20% de las opiniones coincidieron en que son aburridas pues la mayoría de ellas son teóricas. El problema en estas materias es que no existe una didáctica que permita a los estudiantes constatar la veracidad de sus conocimientos prácticos, por lo que lejos de atraerlos, sienten rechazo por estos cursos. Esto no ocurría con tanta frecuencia con las materias optativas, pues éstas son elegidas por los alumnos de acuerdo a sus intereses personales, lo que no quiere decir que no sufran "desilusión", por esperar en ocasiones más de estos cursos o del "profesor" que los imparte, pero de primera instancia ya existe un primer gusto por estudiar lo que ellos eligieron como profesión.

b) La acreditación de los idiomas ( traducción de 2 idiomas o posesión de 1), pues a pesar de que estos no se toman en cuenta como parte de la suma de créditos, sí representan un requisito para poder titularse. En relación a este aspecto, 55 casos, lo que se expresa como el 66% no los han presentado, de los cuales 21 personas ya concluyeron los créditos de la carrera y 34 no y sólo 23 casos, el 28% ya los acreditaron (5 están titulados, 13 ya concluyeron los créditos y 10 más no lo han hecho).

De la relación anterior, encontramos que el 12%, opinó que los idiomas para ellos representan un problema para titularse, a pesar de que se pueden cursar dentro de la misma Facultad por espacio de un semestre ( en el caso de la traducción), o por dos años (cuando es dominio del idioma); asimismo, el alumno puede presentar un examen para cubrir este requisito sin la necesidad de recurrir a estos cursos.

Pese a esto, según dijeron los alumnos, resulta dificultoso llevar cursos de idiomas debido en gran medida a que la enseñanza de los mismos no lo ven como parte de los conocimientos que un profesional en comunicación debe tener, sino como un requisito o un mero trámite. Esto no ocurría en algunos planes de estudio anteriores, en donde los idiomas sí tenían un peso muy importante en la formación de estos profesionistas, dedicándole a su aprendizaje hasta 4 años.

c) Dificultades en la investigación. El 19% no se han titulado debido a que les cuesta mucho trabajo elegir un tema, hacer un proyecto y por ende, realizar la investigación, además de no saber quien podría asesorarles el tema que escogieron. Algunos de estos egresados se quejaron de que no existen seminarios de tesis, pues lo que se imparte en la Facultad en general, son talleres de investigación que muchas veces más que ayudar a los alumnos les produce conflicto, sobre todo porque existen profesores según dijeron que utilizan los talleres para realizar sus propias investigaciones con la ayuda de los alumnos.

Sin embargo, el que los alumnos tengan dificultades al realizar una investigación, no se da exclusivamente por el hecho de que en la Facultad, no se imparten los seminarios adecuados, sino porque entre las materias que adeudan se encuentran las metodologías, siendo de los únicos cursos que permiten y dan las bases necesarias para realizar una investigación.

d) La falta de información, ha sido otro de los aspectos que estos egresados marcaron como inconvenientes para titularse. Así, el 4%, dijo no conocer qué requisitos se necesitan para poderse titular. Aunque en realidad a esto no se le podría llamar falta de información, sino falta de interés, pues la información puede ser obtenida en la Coordinación de la especialidad .

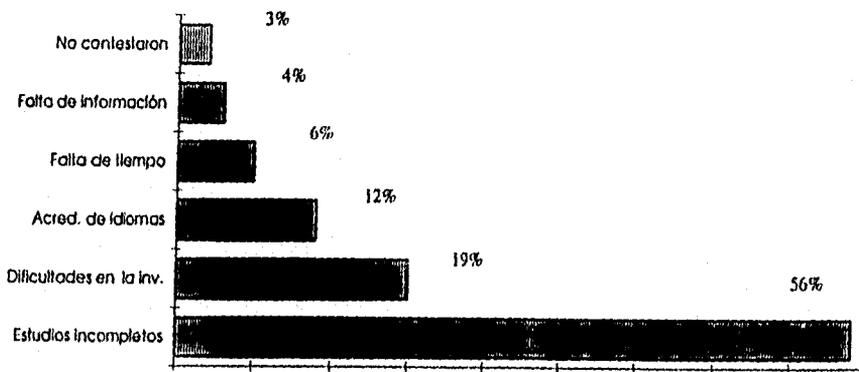
e) Por último, la falta de tiempo que estos ex alumnos tienen para poder realizar su investigación, también ha sido un problema, en este caso del 6%.

Aunado a estas respuestas, dos personas no contestaron, lo que significa el 3% y 5 casos más, el 6% no operan por estar titulados.

Por lo antes dicho, podemos comprender que la razón fundamental por la que estos egresados no se han titulado ha sido el adeudo de materias en un 56%, principalmente de tronco común, en segundo término, a las dificultades que tienen para realizar una investigación 19%, en tercer lugar al problema de la acreditación de los idiomas 12%, a la falta de tiempo 6% y a la falta de información 4%.

## DIFICULTADE PARA CONCLUIR LA CARRERA

Gráfica N°. 2



Sin embargo y pese a las dificultades que estos egresados dicen tener, el 83% dijo estar interesados en titularse por las siguientes razones: el 41% porque es importante concluir los estudios, el 35% para obtener el título porque representa un requisito para acceder a mejores oportunidades de empleo y por último el 7%, opinaron que son requisitos para estudios de posgrado.

Por otra parte, el 11% dijo no estar interesado en titularse: el 5% de la población por la falta de interés, el 2%, porque que no es necesario para ejercer la profesión y el 4%, descartó esa posibilidad pues para ellos el título solamente significa un documento que no avala realmente los conocimientos profesionales adquiridos.

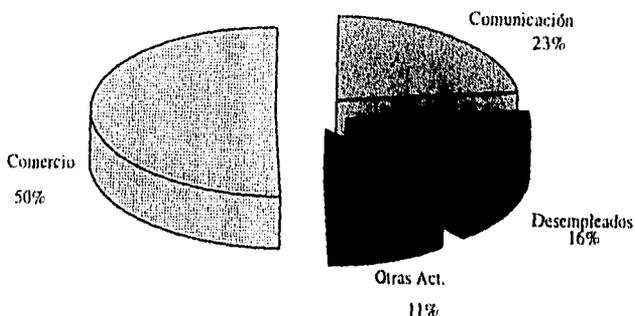
## II. Situación laboral

El estudio realizado sobre el mercado laboral con la generación 82-85, de estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación dió como resultado lo siguiente:

Uno de los supuestos que se contemplaron como ciertos, fue que después de 11 años de haber concluido la carrera, existía un tiempo razonable para que pudieran desarrollarse profesionalmente, por lo que tendrían una posición profesional más favorable a la que viven actualmente. Sin embargo, esta no es la realidad, pues resulta que de las 83 personas encuestadas sólo 23% se desarrollan en el área de comunicación, mientras 61% se dedican a otras labores y el 16% están desempleados.

## ACTIVIDADES LABORALES DE LOS EGRESADOS

Gráfica No. 3



De las personas que se encuentran laborando en el área de comunicación, 5 están tituladas (3 mujeres y 2 hombres), 2 concluyeron los créditos (hombres) y 12 más, no han terminado la carrera (4 mujeres y 8 hombres).

Así, se puede distinguir que 7 son mujeres, en relación a los 12 hombres; lo que quiere decir que por lo menos en esta generación, han sido empleados más hombres que mujeres, a pesar de que son más mujeres las que concluyeron la carrera.

Quienes gozan de una mejor situación profesional, son aquellos quienes están titulados. Los cinco se desarrollan en el sector privado, ocupando cuatro de ellos puestos directivos y uno ejecutivo. Es decir, su trabajo tiene que ver con la toma de decisiones, según la opinión de los mismos. Por otra parte, los acuerdos que mantienen estas personas son con otros directivos de su mismo nivel, teniendo bajo sus órdenes 4 de ellos a más de 10 personas y 1, de 7 a 9.

En cuanto al sueldo tenemos que cuatro de estos profesionistas ganan más de 8 salarios mínimos, es decir, más de \$4836 pesos (según el salario mínimo vigente en el Distrito Federal en el mes de enero de 1996) y 1, entre 5 y 7 salarios mínimos, es decir, de \$3023 a \$4232 pesos. Esta aproximación de sueldo se hizo considerando que generalmente cuando se le pregunta a las personas cuánto ganan, suelen tergiversar la información, por este motivo se trató de dar un intervalo que permitiera conocer este dato lo más real posible.

Por otra parte, algo que sí fue sorprendente descubrir, es que estos cinco profesionistas se desarrollan en el área de las relaciones públicas, siendo que no existe ninguna materia que la contemple como tal, dentro de los planes de estudio de la carrera en la Facultad, por esos es sorprendente, porque aun no teniendo esta formación, se han logrado colocar y destacar en esta área.

Continuando con este grupo de personas que se encuentran laborando en el área de la comunicación, tenemos que de las 14 restantes, 2 ya concluyeron los créditos. En su caso trabajan en el sector público, desarrollando tareas que también tienen que ver con las relaciones públicas. Estas personas ocupan cargos ejecutivos, realizando sus labores bajo la supervisión de directivos.

Asimismo, tienen bajo su cargo de 7 a 9 personas. En cuanto al salario que perciben nos informaron que va de 5 a 7 salarios mínimos (\$3023-\$4232). De lo que se desprende como decía, que si bien trabajan en el área de las relaciones públicas, en realidad no fueron preparados para ello.

Y por último, de este grupo tenemos a 12 personas más que no han terminado la carrera, en su caso todas ellas se desarrollan en el sector público realizando diferentes labores, 2 de ellas en audiovisuales; 1 se dedica a la docencia; 4 a la prensa escrita, 1 a la publicidad y 4 más a las relaciones públicas. En 4 casos éstas personas ocupan puestos operativos y 8 de ellos ejecutivos. Los acuerdos que realizan es en 8 casos con directivos y 4 casos con ejecutivos. Asimismo, tienen bajo sus órdenes 3 de ellos de 4 a 6 personas; 2, de 1 a 3 personas y de los 4 restantes dijeron no tener personas bajo sus órdenes. Su sueldo de dos de ellos es en promedio de 5 a 7 salarios mínimos (\$3023 a \$4232) y de los 10 restantes, más de 8 salarios mínimos (\$4836).

En relación a los 51 egresados que no trabajan en el área de comunicación, ocurre lo siguiente. En el caso de los primeros 9, laboran en el sector privado desarrollando diversas actividades 7 de ellos ya terminaron los créditos de la carrera (2 mujeres y 7 hombres) y dos hombres no. De estos siete, 3 ocupan puestos ejecutivos y 4 realizan actividades operativas, trabajando bajo sus órdenes de 2 de ellos de 1 a 3 personas; de 2 más, de 4 a 6 personas y de los últimos 3 ninguna. Los acuerdos que tienen son 4 con ejecutivos y 3 con operativos. Su sueldo de 2, va de 2 a 4 veces el salario mínimo (\$1209 a \$2418) y de los otros 5, más de 8 (\$4836). Aquí, también se repite la misma situación, pues hay más hombres (7) que mujeres trabajando. Asimismo, de los 2 casos restantes desarrollan actividades operativas; acuerdan con ejecutivos; no tienen ninguna persona trabajando bajo sus órdenes y ganan más de 8 salarios mínimos.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Por otra parte, los 42 restantes, es decir el 50%, trabajan en forma independiente, 16 ya terminaron los créditos y 26 no. De estas 16 personas, 11 dijeron no tener ninguna persona trabajando bajo sus órdenes; 2, de 7 a 9 personas y de los 3 restantes tienen a más de 10; 7 de ellos tienen un sueldo que va de 2 a 4 salarios mínimos (\$1209-\$2418) y de 9, más de 8 salarios (\$4836).

De las 26 personas que no han terminado sus estudios dijeron dedicarse 14 al comercio ambulante y 11 al comercio establecido, 1 de ellos dijo tener trabajando bajo sus órdenes de 7 a 9 personas, mientras las otras 25 a más de 10. El sueldo que estas personas perciben por su trabajo es más de 8 salarios mínimos (\$4836).

Y por último, de las 13 personas que están empleadas, 9 ya terminaron los créditos, mientras 4 adeudan materias.

Hasta aquí como puede verse, a pesar de que estos egresados estudiaron en una universidad pública, su inserción en el mercado se ha dado en las mismas condiciones, tanto en el sector público 17%, como en el privado, es decir el 17%.

Sin embargo, de estos egresados sólo el 23% desarrolla su trabajo profesional en el área de comunicación, mientras el 11% lo hacen como prestadores de servicios (en forma independiente), aunque sus actividades nada tienen que ver con la carrera que estudiaron. Y por último, más de la mitad de la población que se encuentra laborando se dedican al comercio tanto establecido, como ambulante.

Como podemos ver, la actividad del comercio es mucho mayor que las otras que realizan estos egresados. Pero la pregunta pertinente aquí es ¿por qué se desarrollan en otras actividades y no dentro del área de la comunicación?. La respuesta a esta pregunta es difícil de determinarla con precisión, para empezar es debido a las condiciones críticas de la economía del país, asimismo, el número de estudiantes que egresan año con año de esta carrera en las diferentes universidades es muy alto y las oportunidades de empleo no son tan amplias como para poder absorber a todos los que egresan\*. Esta situación no es exclusiva de la carrera, ya que se da en otras disciplinas de estudio, aunque no en la misma proporción.

El comercio como es bien sabido, ha tenido un crecimiento notable en los últimos años, siendo en el decenio en donde se ocupa la mayor parte de estos encuestados y ¿por qué en el comercio y no en un trabajo que tenga que ver con lo que estudiaron?. Definitivamente porque esta opción les proporciona mejores ingresos.

Lo anterior es comprensible, pues de las 70 personas que se encuentran trabajando el 79% gana más de 8 salarios mínimos, de este porcentaje, el 19% lo integran personas que se desarrollan en el área de comunicación es decir, que el 60% de los egresados que tienen esta remuneración se dedican a otras labores que no tienen que ver con la carrera y como ya vimos en una gran proporción (50%) se dedican al comercio. De estas personas que ganan más de 8 salarios

\* Véase Cap. I de esta investigación.

Como podemos ver, la actividad del comercio es mucho mayor que las otras que realizan estos egresados. Pero la pregunta pertinente aquí es ¿por qué se desarrollan en otras actividades y no dentro del área de la comunicación?. La respuesta a esta pregunta es difícil de determinarla con precisión, para empezar es debido a las condiciones críticas de la economía del país, asimismo, el número de estudiantes que egresan año con año de esta carrera en las diferentes universidades es muy alto y las oportunidades de empleo no son tan amplias como para poder absorber a todos los que egresan\*. Esta situación no es exclusiva de la carrera, ya que se da en otras disciplinas de estudio, aunque no en la misma proporción.

El comercio como es bien sabido, ha tenido un crecimiento notable en los últimos años, siendo en el decia en donde se ocupa la mayor parte de estos encuestados y ¿por qué el en el comercio y no en un trabajo que tenga que ver con lo que estudiaron?. Definitivamente porque esta opción les proporciona mejores ingresos.

Lo anterior es comprensible, pues de las 70 personas que se encuentran trabajando el 79% gana más de 8 salarios mínimos, de este porcentaje, el 19% lo integran personas que se desarrollan en el área de comunicación es decir, que el 60% de los egresados que tienen esta remuneración se dedican a otras labores que no tienen que ver con la carrera y como ya vimos en una gran proporción (50%) se dedican al comercio. De estas personas que ganan más de 8 salarios

\* Véase Cap. I de esta investigación.

mínimos, lo que corresponde al 79%, el 39% dijeron ocupar puestos directivos (4 titulados, 9 que ya concluyeron los créditos y 26 que adeudan materias), aunque aquí debemos hacer una aclaración y es que sólo el 6% (los 4 titulados) realmente desarrollan actividades en el área de comunicación, los demás son dueños o socios de sus negocios. Asimismo, el 16%, dijeron ocupar puestos ejecutivos; de estos 3 ya concluyeron los créditos y 8 aún no. Y por último, el 7% desarrolla actividades operativas; 2 que ya concluyeron los créditos y 3 que no lo han hecho. Por supuesto, todos ellos ganan más de 8 salarios mínimos.

Por otra parte, el grupo de las personas que ganan de 5 a 7 salarios mínimos mensuales (\$3023-\$4232) lo integran: 1 persona titulada y 2 que concluyeron los créditos; en los tres casos desarrollan puestos ejecutivos además de 3 personas que no han concluido los estudios y que realizan trabajos operativos.

Por último las personas que ganan entre 2 y 4 salarios mínimos (\$1209-\$2418), son 7 que ya terminaron los créditos y desarrollan puestos directivos (son comerciantes) y 2 más que ya terminaron los créditos y sus labores son operativas.

En términos generales se puede decir, que el hecho de haber concluido los estudios, no ha sido para estos egresados una garantía para conseguir un empleo relacionado con su profesión; lo mismo que el sueldo pues como se ha visto el 79% de los egresados que están trabajando ganan más de 8 salarios mínimos y de estos, el 73% no ha terminado la licenciatura.

### III. Formación académica-mercado laboral

Actualmente, el conseguir empleo para todas las personas en general se ha convertido en un problema, por la situación económica del país. Sin embargo, como ya lo he venido anotando, el hecho de tener un título no representa una seguridad para encontrar un buen empleo, aunque sí es una ventaja formal frente a los que no lo tienen. Por ello, aunque resulta difícil una vez concluidos los estudios conseguir el primer empleo, en el caso de estos egresados lo consiguieron por diferentes medios: el 37% lo obtuvo por vacantes y solicitud de empleo, mientras el 24% por recomendación de un amigo o familiar, el 18% al concluir el servicio social, el 16%, por recomendación de un profesor y el 5% no contestó.

Lo anterior indica que la mayoría de estos egresados, lo que corresponde al 39%, se han incorporado al mercado laboral por recomendaciones de amigos, familiares y profesores, aunque también es notorio que el 37%, lo halla hecho buscando por ellos mismos alguna oportunidad.

Por otra parte, es cierto que no son lo mismo los conocimientos que se adquieren en la universidad, que aquellos que se tienen que poner en práctica en alguna empresa o institución y esto se refleja en la limitaciones que tiene los egresados al concluir los estudios.

En relación a lo antes dicho, el 40% opinó que la falta de experiencia ha sido una limitante en el desarrollo de su trabajo, incluso para ingresar al mercado laboral, lo que generalmente las empresas solicitan es la experiencia, lo cuál no se puede adquirir con la ausencia de oportunidades.

Esta experiencia, podría en parte, ser cubierta con prácticas escolares y profesionales, mediante convenios que establezca la Facultad con empresas e instituciones y que pudieran ser orientadas en los primeros semestres al acercamiento de los estudiantes con su espacio de trabajo y en los últimos como decía a la práctica de las actividades que realiza un comunicólogo.

En otro sentido, el 5% opinó que una de las principales limitaciones a las que se han enfrentado para desempeñar su profesión sin duda ha sido la falta de conocimientos teóricos especializados referidos al estudio de la comunicación, esto es teoría y práctica. Por otra parte, el 7%, 6 casos, consideró no haberse enfrentado hasta el momento con alguna limitación.

El conocimiento y manejo de las técnicas de comunicación, es una dificultad que han encontrado el 32% de los egresados, al tratar de incorporarse al mercado laboral. Sin embargo, esto no sólo depende del hecho de que en la Facultad no se cuente con el equipo técnico más idóneo en materia de comunicación. El problema fundamental, es que este equipo no es debidamente utilizado por los profesores que imparten materias en donde resulta fundamental el manejo de equipo y técnicas de comunicación. Este inconveniente, se da por el hecho de que, aunque existen los programas para cada materia, muchas veces el profesor no se apega a estos contenidos determinando por el mismo, lo que debe o no enseñar. Es decir, el profesor no es consecuente con los contenidos generales de la materias.

A partir de que la enseñanza sobre las técnicas y manejo de equipo comunicativo representan una dificultad para ingresar al mercado laboral, los egresados dieron su opinión: el 56%, dijo que la enseñanza de la carrera de comunicación en la Facultad es incompleta, pues no permite ni el conocimiento teórico, ni el manejo de instrumental técnico. Asimismo, el 23% opinó que esta enseñanza es meramente teórica pues no favorece la práctica. Estas opiniones fueron dadas por las personas que se desarrollan en el área de comunicación; mientras quienes no lo hacen y tienen otras actividades opinaron que es incompleta.

Así también, el 12% opinó que esta enseñanza es completa en tanto que permite el conocimiento y el manejo de instrumental técnico (4 de estas respuestas fueron dadas por desempleados, por lo que parece incongruente, pues por su situación, su respuesta debería ser negativa). Y por último, el 5% consideró que la formación es práctica, porque permite el manejo de instrumental técnico (el 4% no contestó).

Otra de las dificultades a las que han enfrentado, ha sido el ser egresados de la Facultad por las razones que a continuación se citan: el 53%, dijo que para ellos ha representado una dificultad, pues generalmente las empresas al contratar a su personal, prefieren a egresados de universidades particulares, por tener conocimientos más amplios sobre el manejo de las técnicas y equipo comunicativo. Por otra parte, el 21%, aseguró que sí han tenido dificultades al tratar de ingresar al mercado laboral, por la falta de confianza que tienen las

empresas hacia la misma, es decir, por la ideología que persiste en ella. Por último, el 10% contestó que por su parte no han tenido ninguna dificultad hasta el momento. Estas personas laboran en el área de comunicación, por lo que las opiniones que se han dado al respecto, tienen que ver con la situación laboral por la que pasan estos egresados.

Otro aspecto que es importante destacar, es que el 87% de la población, opinó que la formación académica que les brindó la Facultad fue insuficiente para desarrollarse profesionalmente. La realidad es que si bien ésta formación como lo anotan los egresados ha sido insuficiente, se debe en gran medida a que los planes de estudio de la Facultad en el área de comunicación se encuentran desvinculados con las necesidades actuales del mercado de trabajo, pues no han sido modificados en dos décadas, opinión del 90% de los encuestados.

Para finalizar este apartado puede concluirse, que el hecho de que los egresados de esta licenciatura no hayan terminado sus estudios y se encuentren laborando en otras actividades, se da por diferentes cuestiones entre las que se pueden destacar: la insatisfacción que estos egresados tienen de la carrera desde el primer momento en el que ingresan a ella, ya que la mayoría de ellos no conocía los planes de estudio; así también, deben pasar tres semestres para comenzar a estudiar lo que a ellos les interesa; la ciencia de la comunicación, por lo que una vez terminada la carrera, éstos egresados se sienten insatisfechos por la formación que les brindó la Facultad, pues en su mayoría opinan que es muy teórica, de aquí que tengan problemas para poderse desarrollar profesionalmente.

De igual forma estos egresados anotaron, que existen diferentes limitaciones para ingresar al mercado laboral como son, la falta de experiencia y el ser egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, pues aseguran que aun hoy en día, ésta no goza de buena imagen, lo que es perjudicial para los que buscan una oportunidad de trabajo.

Por otra parte, existen pocas oportunidades en el mercado laboral para desarrollarse profesionalmente y los sueldos son bajos debido a la situación económica del país, lo que los ha llevado a buscar otras alternativas de trabajo como el comercio, cuyas expectativas económicas resultan ser más atractivas.

Pero el problema en particular, es que la Facultad, necesita reformar sus planes de estudio vigentes desde hace 20 años, lo que indica que esta licenciatura no se encuentra acorde con las necesidades del mercado laboral, ni desarrollo de la misma profesión y por ende los egresados de otras universidades pueden tener mayores oportunidades de ser empleados.

## CONCLUSIONES

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación impartida en la FCPyS tiene sus antecedentes en la Licenciatura en Periodismo. La carrera ha sufrido diversos cambios desde sus orígenes hasta la actualidad, tanto en su nombre como en los contenidos de sus planes de estudio prevaleciendo sin embargo como una constante, el estudio del periodismo.

Siendo este último el que predomina en el actual plan de estudios, sería lógico que los egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación estuvieran desarrollando esta actividad en el mercado laboral, sin embargo esto no corresponde a la realidad, ya que en su mayoría los encuestados que trabajan en la comunicación se dedican a las relaciones públicas, es decir, laboran en un área en la que no se les preparó, pues la Facultad no imparte ninguna materia específica relacionada a la misma.

Por otra parte, el 60% de los 70 egresados que se encuentran trabajando, lo hacen en el comercio, una actividad que en los últimos tiempos ha cobrado gran importancia como fuente de ingresos. Sin embargo, el hecho de que la mayor parte de la población se dedique a esta actividad, no sólo se debe a los problemas económicos del país, sino a que el número de estudiantes que concluyen año con año la carrera en las diferentes universidades a nivel nacional es muy alto, en relación a las oportunidades de empleo que existen.

Al haber una oferta tan amplia de profesionistas en relación a la demanda, lo que hacen los empleadores, es elevar el número de requisitos para poder ingresar al mercado laboral y aunque el hecho de tener una mejor preparación no representa una seguridad en la consecución de empleo, sí resulta una ventaja para acceder a él.

Por otra parte, en esta investigación se encontró que los ingresos que los encuestados obtienen por su trabajo, no están en relación con las actividades que realizan, con ocupar cargos en el área de comunicación, ni con respecto a su situación académica, pues del 79% que indicó ganar más de 8 salarios mínimos, el 50% (42 casos) se dedica al comercio y sólo el 9% lo hace en el área de la comunicación de estos, 4 están titulados, 17 ya concluyeron los estudios y 37 no lo han hecho.

Pese a esta situación, los cargos más importantes los tienen aquellos que están titulados, aunque en el área de las relaciones públicas lo que indica que no fueron precisamente preparados por la Facultad para desempeñar estas tareas, y aunque lo deseable para todos los que ingresan a estudiar una carrera sería que obtuvieran el título profesional, la realidad es que sólo un mínimo porcentaje lo logra obtener, como en el caso de esta generación, cuyo índice de titulación es del 6%, en relación a la eficiencia terminal del 41%, y a la no conclusión de los estudios del 53%.

El hecho de que no hayan concluido la carrera por completo con todo y el título se debe a diferentes razones de acuerdo a este estudio: la primera de ellas es al adeudo de materias principalmente de la formación básica común, lo que se expresa como el 30%, pues en ella es en donde se les presenta el primer obstáculo, ya que además de que no les resulta atractivo su estudio por ser materias cuyo contenido afirman, de algún modo ya han visto en el bachillerato, tienen que pasar tres semestres para comenzar a estudiar lo que a ellos verdaderamente les interesa, el estudio de la comunicación. Este problema se desprende de otro y es que los encuestados no conocían los planes de estudio al ingresar a la carrera, es decir, que esperaban desde el principio una formación práctica.

Lo mismo ocurre en lo relacionado con las materias obligatorias, pues aunque el porcentaje de adeudo es menor (20%) que en el caso de las anteriores, resulta preocupante, ya que en la mayoría de estas opiniones se manifestó que son aburridas y teóricas. Esta misma situación existe con las materias optativas (3%), pues aunque algunas de ellas debían ser prácticas, en muchos casos se vuelven teóricas, esto se debe a la forma en cómo los profesores las imparten, ya que en ocasiones los docentes no hacen uso de las instalaciones, ni del equipo con el que cuenta la Facultad y si a esto le aunamos que los recursos técnicos con los que se cuenta para impartir esta licenciatura no son los más idóneos, entonces se tiene un problema mayor, que precisamente la carrera es en más de un 50% teórica.

Por otra parte, la segunda dificultad que los egresados encontraron para no titularse son los problemas que estos tienen para desarrollar una investigación, solamente son dos cursos referidos a la metodología y un taller de redacción e investigación. No existen seminarios que verdaderamente los ayuden a realizar su proyecto de tesis y la elaboración de la misma, como por ejemplo en las carreras de Ciencia Política y Sociología.

La tercera dificultad que estos egresados han tenido para no titularse ha sido la acreditación de los idiomas, ya que ellos consideran que sólo representan un requisito para poder concluir los estudios. Lo anterior es una apreciación equivocada, encauzada por la poca importancia que las autoridades de esta Facultad durante varios años les han dado a estos cursos como parte integral de la formación profesional, ya que cada vez es más evidente que las lenguas extranjeras no sólo son parte de la cultura que debe tener un profesionista, sino una herramienta de trabajo.

La falta de tiempo es la cuarta dificultad que estos egresados han tenido para poder titularse, pues en la medida en que estos egresados se desvinculan de las actividades de la Facultad, se olvidan de la conclusión total de la carrera por las diferentes actividades que estos tienen sean de tipo laborales o de índole personal.

Por último, la falta de información que estos egresados dicen tener, ha sido la quinta dificultad que enfrentaron. En este sentido, sería conveniente que no sólo se difundiera más los trámites y requisitos para el proceso de titulación, sino que se instrumentaran nuevas formas, pues el 83% de las opiniones se manifestó interesado en titularse, principalmente para concluir los estudios y poder acceder a mejores oportunidades de empleo.

Por otra parte, independientemente de estar o no titulados o de adeudar materias, la mayor parte de estos encuestados se dedican a otras labores distintas a la comunicación como ya lo había dicho entre otras razones por las dificultades que tienen para conseguir empleo por ser egresados de la FCPyS, UNAM, ya que generalmente las empresas prefieren a egresados de otras universidades por estar mejor preparados en lo relacionado a cuestiones técnicas u operativas de la de la comunicación, además de que existe poca confianza por parte de las empresas para contratar a estos egresados por la ideología que aún persiste en ella.

Sin embargo, no sólo es la desconfianza que las empresas tienen de los egresados de la Facultad, sino la inseguridad que estos ex alumnos sienten en sí mismos en lo concerniente a su formación académica, pues la mayoría de ellos consideran que no fue suficiente para desarrollarse profesionalmente, es decir, que ésta enseñanza fue incompleta pues la carrera, como ya había anotado es en más de un 50% teórica; además de que los planes de estudio no se han actualizado en más de 20 años, por lo que se puede entender que están desvinculados de las necesidades actuales del mercado laboral (aunque cabe aclarar que algunos profesores sí actualizan constantemente sus programas).

Como es sabido, actualmente existe un Comisión Revisora que ya está trabajando sobre las reformas a los planes de estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y sería enriquecedor que esta labor estuviera apoyada no sólo por los profesores y autoridades que la componen, sino que esta Comisión considerada tanto la situación, como la opinión de los alumnos, egresados y empleadores, pues estos últimos son de quienes depende la contratación o no de estos profesionistas.

En este sentido, se deberían evaluar tanto los contenidos curriculares, como el perfil de los egresados y el mercado de trabajo, a fin de adecuarlos a las necesidades del país, y así, resolver el problemas al que se enfrentan los egresados: no ser aceptados en el mercado laboral por no satisfacer las necesidades que los empleadores requieren, ni tener propuestas innovadoras en su quehacer profesional.

## SUGERENCIAS

Después de haber concluido esta investigación y debido a la situación tanto académica como profesional de los egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, generación 82-85 de la FCPyS, se desprenden las siguientes sugerencias:

El primer aspecto que interesa destacar es la orientación vocacional, pues en la generación estudiada, la mayoría de los alumnos al ingresar a estudiar la carrera desconocían los objetivos del plan de estudios y su correspondencia en el mercado laboral. Por lo cual sería útil que la Facultad generara publicidad que complementara la orientación de los alumnos, explicando los objetivos, el perfil profesional que guarda el plan de estudios; el desarrollo mismo de la formación académica y por supuesto, su consecuente mercado de trabajo, para que los estudiantes que verdaderamente quieran incorporarse a esta licenciatura lo hagan con verdadera vocación y convicción de la misma.

Como se vió con la generación estudiada, otro de los problemas en lo relacionado tanto a la eficiencia terminal como a la titulación, es lo referente a los planes de estudio y aunque ya se está trabajando en su elaboración, ahora proceden algunas sugerencias sobre ese particular.

Para iniciar, dentro de los objetivos de la carrera se podría tomar en cuenta la formación de profesionistas preparados para la producción y análisis de procesos comunicativos, no sólo destinados a los medios de comunicación masivos, sino también en la planificación de programas de comunicación en empresas e instituciones públicas y privadas, así como en organismos sociales, a fin de que los comunicólogos tuvieran más posibilidades de desarrollo en el mercado laboral .

Dentro de las materias del plan de estudios se deberían integrar las relacionadas con conocimientos generales, ya que estos permiten tener un marco de referencia hacia lo que acontece día con día. Estos conocimientos generales podrían verse a lo largo de la carrera, siempre tomando en cuenta una relación estrecha con la comunicación, permitiendo el desarrollo conjunto de las dos áreas, por ejemplo: que al estudiar la historia de México, se pudieran conocer los problemas de la sociedad mexicana durante diferentes periodos, analizando a la par el papel histórico que han jugado los medios de comunicación en la vida nacional, desde sus orígenes hasta nuestros días.

En esta misma área de conocimientos generales, se podría contemplar un taller de expresión escrita, en donde al alumno se le preparara de manera constante en la redacción de textos en general, iniciándosele a la producción periodística, abarcando sus diferentes géneros a lo largo de toda la carrera, lo cual permitiría al final de la misma, tener la experiencia necesaria para poder redactar diferentes escritos e incluso la tesis profesional.

Así como es importante la redacción, también lo es el conocimiento y dominio de los métodos y técnicas de investigación, pues son medios de trabajo que un comunicólogo debe saber emplear en su trabajo cotidiano. En la generación estudiada, uno de los problemas más frecuentes que los alumnos encuentran para no titulase, es el no saber investigar. Este tipo de enseñanza podría ser desarrollada también a lo largo de la carrera juntamente con la comunicación; incluso se podría ir desarrollando un tema de investigación que podría ser el mismo trabajo recepcional.

Esta serie de aspectos podrían ser tomados en cuenta, sin olvidar la enseñanza de las teorías de la comunicación y su aplicación; así como el uso de lenguajes y técnicas en los diferentes medios de comunicación.

Por otra parte, resultaría atractivo que en los últimos semestres de la carrera, el alumno tuviera la posibilidad de enfatizar su formación académica en alguna área específica de la comunicación, sin llegar a una absoluta especialización.

Es importante hacer hincapié que aunque existen materias o talleres que implican la práctica, el desarrollarla depende casi en su totalidad de los docentes que las imparten, por lo que la Facultad debía pensar muy seriamente en supervisar los conocimientos que los profesores imparten a los alumnos, es decir que su enseñanza no se separe de los objetivos que marcan los planes de estudio.

Los idiomas además de ser un requisito para titularse, son una constante dificultad para aquellos que quieren incorporarse al mercado laboral. En este sentido, sería interesante que como en los primeros y segundos planes de estudio, se reconsiderara la conveniencia de que por lo menos se cursara un idioma a lo largo de la carrera, para que una vez concluida la misma, se pudiera lograr la posesión del idioma estudiado.

Otro aspecto que cabe destacar, es la utilización de equipo de cómputo en el trabajo profesional de un comunicólogo, desde la utilización de un procesador de palabras, hasta el conocimiento de multimedia e internet, superando el problema de sus costos a través de convenios institucionales intra y extra universitarios.

Otro de los problemas que se podría superar, es la falta de experiencia que los egresados tienen al concluir sus estudios mediante prácticas escolares y profesionales, permitiendo a los alumnos desde los primeros semestres conocer y estar cerca de su espacio de trabajo y en los últimos, practicando las actividades que realizan en su campo laboral los comunicólogos. Asimismo, se estaría dando solución a otro de los problemas que los egresados padecen al salir de las aulas, el desconocimiento de su área de trabajo.

En cuanto al servicio social, sería ideal que efectivamente éste proporcionara la experiencia de aprendizaje destinada a ejercer su profesión en el contexto de la problemática del país, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y no como muchas veces se acredita, sólo desarrollando trabajo administrativo. En este sentido le corresponde a la Facultad supervisar las labores que desempeñan los pasantes que hacen servicio social, con la finalidad de que los mismos verdaderamente estén concluyendo con su formación académica profesional.

Otro aspecto que sería atractivo tomar en cuenta, es el concerniente a los egresados que año con año abandonan las aulas para incorporarse al mercado laboral, por medio de un seguimiento que permitiera detectar problemas sobre su desarrollo académico y por ende profesional, al mismo tiempo, estas experiencias permitirían actualizar de manera constante los planes de estudio, para mantenerlos acordes a los requerimientos del mercado laboral y al desarrollo de la carrera. Para tal efecto, también sería necesario mantenerse en constante contacto con los empleadores para saber con certeza cuáles son los requerimientos de estos y así formar cuadros profesionales que estuvieran preparados para desarrollarse en las diferentes áreas de la comunicación. Así, al tener una relación estrecha con los empleadores produciendo profesionistas acorde con las necesidades del mercado, se podría buscar la manera de integrar una bolsa de trabajo interna, en donde los estudiantes y/o egresados, tuvieran la oportunidad de emplearse. Asimismo, otra alternativa para aquellos que se inclinan por desarrollarse profesionalmente en la elaboración y producción de textos, podría realizar el servicio social, prácticas profesionales o incluso laborar en las publicaciones que produce la Facultad.

De igual forma, se podría buscar la oportunidad de incorporar a los egresados de la carrera en Ciencias de la Comunicación a los diferentes medios de comunicación de la Universidad, como Radio Universidad, Televisión Universitaria y todos aquellos espacios de publicaciones y difusión cultural, e incluso fuera de la máxima casa de estudios, en localidades de provincia, en donde los alumnos pudieran hacer trabajo profesional.

Estas serie de sugerencias, podrían ayudar a aminorar los constantes problemas a los que se enfrenta un egresado al concluir sus estudios, al sentirse más seguros de su formación profesional y ser más competitivos en un mercado laboral que cada vez exige más requisitos para su ingreso y promoción.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Anuario Estadístico. México. ANUIES. 1994
2. Arredondo Muñoz Ledo, Benjamín. Introducción a las Ciencias Sociales. México. Impresiones Modernas. 1966. 187 pp
3. Ávila Abel. El proceso de la comunicación social. Colombia. Ed. Aiag. 1980
4. Ayala Francisco. Introducción a las Ciencias Sociales. Madrid. Ed. Aguilar. 1955. 310 pp.
5. Babbie Earl R. Métodos de Investigación por encuesta. Tr. Juan José Utrilla. México. Ed. FCE. 1984. 433pp.
6. Bohman Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. México. Ed. Alianza. 1989. 399 pp.
7. Briones Guillermo. Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México. Ed. Trillas. 1986. 288pp.
8. Ciencias Políticas y Sociales. "Utilidad nacional de la carrera de periodismo". No 7, México UNAM; enero-marzo, 1957.
9. Ciencias Políticas y Sociales. México. ENCPyS-UNAM. 1965. Año XI, enero-marzo. No 39.
10. Colmenero Sergio. Historia, presencia y conciencia: FCPyS, 1951-1991. México, UNAM. 1991.
11. Corral Manuel. La ciencia de la comunicación en México. México; Ed. Trillas. 1989.
12. García Cortés Adrián (Compilador). El quehacer del periodista. México. Ed. Periodismo y comunicación. 1979.
13. Garza del Mercado Ario. Manual de técnicas de Investigación para los estudiantes en Ciencias Sociales. México. COLMEX. 1981. 287pp.

14. Goded Jaime. Cien puntos sobre la comunicación de masas en México. México. Universidad Autónoma de Sinaloa. 1979. 179 pp.
15. Goode William J. Métodos de investigación social. (Tr., R.Palazon B.) México, Ed. Trillas. 469p.
16. González y Torres. Sociología de la educación. México Centro de Estudios Educativos.1981
17. Guevara Niebla Gilberto (Compilador). La crisis de la educación superior en México. México. Ed. Nueva Imagen. 1989
18. Hohenberg John. El periodismo profesional. México. 1980. Ed. Edicol. 1980. 197 pp.
19. Holguín Quiñones Fernando. Estadística descriptiva aplicada a las Ciencias Sociales. México. UNAM-FCPyS. 412pp
20. Hom Quiroga Ricardo. La comunicación en la empresa. México. Ed., Iberoamérica. 1990. 148 pp.
21. Katona George. Los métodos de investigación en las Ciencias Sociales. Buenos Aires. De. Paidós. 1973.
22. Kish Leslie. Muestreo de encuestas. México. Ed. Trillas. 1975
23. Muñoz Izquierdo Carlos. Las profesiones en México. Primer Seminario Interdisciplinario del programa de superación académica. México. UAM-Xochimilco.1988.
24. Organización Académica 1980-1981. México; FCPyS. UNAM  
Paoli Antonio. La comunicación. México. Ed. Edicol. 1980. 197 pp.
25. Planes de Estudio de la Licenciatura en Periodismo. México, ENCPyS-UNAM. 1951.
26. Planes de Estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. FCPyS. UNAM. 1976.

27. Planes de Estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México. Universidad Iberoamericana. 1988.
28. Reed H. Blake-Edwin, O. Haroldsen. Una taxonomía de conceptos de la comunicación. México. Ediciones Nuevomar. 1988. 175 pp.
29. Soberón Oscar (Compilador). Recursos humanos, empleo y desarrollo en América Latina. México. Ed. FCE. 1983. 350 pp.
30. Tapia Campos Martha Laura. La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Una historia de sus planes de estudio. Tesis profesional (Lic. en Ciencias de la Comunicación) México. FCPyS-UNAM. 1985
31. Uvalle Berrones Ricardo y otros. Reflexiones en torno al devenir de los Planes de Estudio en la FCPyS. "Ciencias de la Comunicación 40 años después" Margarita Yépes Hernández. México. FCPyS-UNAM. 1985.

**ANEXOS**

**ANEXO N° 1**

**PRIMER PLAN DE ESTUDIOS  
"LICENCIADO EN PERIODISMO"  
(1951-1953)**

<b>PRIMER AÑO</b>	<b>HORAS</b>
Perfeccionamiento en Inglés o en Francés	4
Sociología General	5
Estadística General	3
Historia de México	5
Geografía Humana	2
Economía	3
<b>SEGUNDO AÑO</b>	
Perfeccionamiento en Inglés o Francés (2° Curso)	4
Métodos de Investigación Social	5
Estadística Social	3
Psicología Social	3
Historia de las Doctrinas Económicas	3
Historia de las Doctrinas Políticas	3
Sociología de México	3
<b>TERCER AÑO</b>	
Curso Superior de Inglés o de Francés (1ª Parte)	4
1er. Curso de Italiano, Francés, Alemán o Inglés	2
Español Superior	2
Historia de México	3
Economía de México	3
Historia General de la Prensa y el Periodismo en México (Seminario)	1.5
Psicología Social	2
Literatura Universal	5
<b>CUARTO AÑO</b>	
Curso Superior de Inglés o de Francés (2ª Parte)	4
2º Curso de Italiano, Francés, Alemán o Inglés	2
Historia de la Organización Política de México	3
Literatura Mexicana	2
Curso Teórico Práctico de Técnica Periodística	3
Curso Teórico Práctico de Trabajo de Editorial, de Imprenta y de Organización de Diarios y Revistas (Semestral)	1.5
Derecho Comparado de Imprenta y Derecho de Autor (Semestral)	1.5
Introducción a la Ciencia del Derecho	3
Medicina Social (Semestral)	1.5
Ética Profesional del Periodista	1.5

**ANEXO N° 2**

**SEGUNDO PLAN DE ESTUDIOS  
"LICENCIADO EN PERIODISMO"  
(1953-1966)**

<b>PRIMER AÑO</b>	<b>HORAS</b>
Idioma	3
Geografía Económica y Política	2
Historia de las Teorías Políticas Modernas	3
Historia de las Teorías Económicas Modernas	3
Historia de las Teorías Sociológicas Modernas	3
Historia moderna de la Sociedad y el Estado en México	3
Introducción al Estudio del Derecho	2
Técnicas de Investigación Documental	2
Estadística General	3
 <b>SEGUNDO AÑO</b>	
Idioma	3
Teoría Económica	3
Teoría del Estado	3
Teoría Sociológica	3
Sociología de México	3
Técnicas de Investigación de Campo	3
Estadística Social	3
Derecho Constitucional	3
 <b>TERCER AÑO</b>	
Idiomas	3
Primer Semestre de Psicología General. Segundo Semestre de Psicología Social.	3
Historia del Siglo XX y Acontecimientos Contemporáneos	2
Primer Semestre Análisis Social y Política de la Infraestructura Económica. Segundo Semestre el Periodismo Contemporáneo y Ética Profesional.	3
Redacción Periodística (Estilística y Lexicología)	2
Trabajo de Editorial y de Imprenta.	2
Seminario de Lecturas de los Grandes Periodistas Mexicanos	3

#### CUARTO AÑO

Idioma	3
Desarrollo Económico de México y Política Social.	3
Redacción Periodística (Géneros)	3
Organización de Diarios y Revistas	2
Primer Semestre de Técnicas de Publicidad y Propaganda. Segundo Semestre de Técnicas de Periodismo Social y Político.	3
Técnicas de información por Radio, Cine y Televisión	3
Trabajo de Campo: Técnicas de Información por Radio, Cine y Televisión.	3
Trabajo de Campo: Técnicas de Periodismo	3

#### QUINTO AÑO

Un Curso Monográfico Optativo	2
Trabajo de Campo: Reportajes, Entrevistas y Encuestas	3
Trabajo de Campo: Notas, Crónicas y Editoriales	3

**ANEXO N° 3****TERCER PLAN DE ESTUDIOS  
"CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN"  
(1966-1971)**

<b>PRIMER SEMESTRE</b>	<b>HORAS</b>
Introducción a la Ciencia de la Información	5
Redacción y Técnicas de Investigación Documental	5
Gobierno y Política de México Actual	4
Historia de las Ideas Políticas y Sociales Modernas	4
<b>SEGUNDO SEMESTRE</b>	
Redacción Periodística, Estilística y Lexicología	5
Métodos y Técnicas de Investigación de Campo del Reportero	5
Teoría Económica	4
Régimen Legal de México I	4
<b>TERCER SEMESTRE</b>	
Redacción Periodística, Estilística y Lexicología	5
Estadística	5
Psicología de la Información	4
Desarrollo Económico y Social de México	4
<b>CUARTO SEMESTRE</b>	
Redacción Periodística	5
Política Mundial	4
Sociología de la Información	4
Régimen Legal de la Prensa en México	5
<b>QUINTO SEMESTRE</b>	
Corrección de Estilo	5
Trabajo Editorial y de Imprenta	5
Optativas	8
<b>SEXTO SEMESTRE</b>	
Técnicas de Edición	5
Organización de Diarios y Revistas	5
Optativas	8

## SÉPTIMO SEMESTRE

Introducción al Estudio de la Opinión Pública  
(Seminario)  
Pre-Tesis (Seminario)  
Oficinas de Prensa  
Optativa

4  
4  
4  
4

**ANEXO N° 4**

**CUARTO PLAN DE ESTUDIOS  
"PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA"  
(1971-1976)**

**PRIMER SEMESTRE**

Los Medios y la Teoría de la Comunicación Colectiva I  
(Prensa y Cine)  
Redacción e Investigación Documental  
Ciencia Política  
Sociedad y Política del México Actual

**SEGUNDO SEMESTRE**

Los Medios y la Teoría de la Comunicación Colectiva II  
(Radio y Televisión)  
Redacción periodística I (Nota Informativa y Crónica Noticiosa)  
Introducción a la Sociología  
Derecho Constitucional

**TERCER SEMESTRE**

Redacción periodística III (Reportaje)  
Sociología de la Comunicación Colectiva  
Desarrollo de los Medios de Comunicación Colectiva en México  
Régimen y Estructura de los Medios de la Comunicación Colectiva en México

**CUARTO SEMESTRE**

Redacción Periodística III (Reportaje)  
Psicología de la Comunicación Colectiva  
Desarrollo Económico y Social de México  
Una Materia Optativa  
Idioma: Traducción

**QUINTO SEMESTRE**

Redacción Periodística IV (Editorial, Artículo de Fondo, Comentario, Crítica)  
Introducción al Estudio de la Opinión Pública (Seminario)  
Dos Materias Optativas

#### **SEXTO SEMESTRE**

**Redacción Periodística V (Corrección de Estilo)  
Trabajo Editorial y de Imprenta  
Dos Materias Optativas**

#### **SÉPTIMO SEMESTRE**

**Redacción Periodística VI (Técnicas de Edición)  
Técnicas de Periodismo Gráfico  
Dos Materias Optativas**

#### **OCTAVO SEMESTRE**

**Publicidad y Propaganda  
Relaciones Públicas  
Dos Materias Optativas**

#### **NOVENO SEMESTRE**

**Seminario de Tesis I  
Idioma: Traducción**

#### **DÉCIMO SEMESTRE**

**Seminario de Tesis II**

**ANEXO N° 5**

**QUINTO PLAN DE ESTUDIOS  
"CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN"  
(1976-)**

**PRIMER SEMESTRE**

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

**SEGUNDO SEMESTRE**

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

**TERCER SEMESTRE**

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

**CUARTO SEMESTRE**

Teoría 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 (Nota Informativa, Crónica Noticiosa y Entrevista)

**QUINTO SEMESTRE**

Teoría de los Medios de Comunicación Colectiva  
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)

## SEXTO SEMESTRE

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

## SÉPTIMO SEMESTRE

Cinco Materias Optativas

## OCTAVO SEMESTRE

Cinco Materias Optativas

**NOTA:** Se recomienda a los alumnos que cursen las materias optativas de acuerdo a sus intereses intelectuales y profesionales. Con este fin, se les sugiere que acudan a la Coordinación de la Especialidad para que se les asesore en la selección de dichas asignaturas.

**ANEXO N° 6**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
MERCADO LABORAL DE LOS EGRESADOS EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN GENERACIÓN 1982-1985, DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES, UNAM.  
CÉDULA DE ENTREVISTA**

**I DATOS GENERALES**

EDAD \_\_\_\_\_ AÑOS

**SEXO**

F ( )  
M ( )

**ESTADO CIVIL**

a) Soltero ( )  
b) Casado ( )  
c) Divorciado ( )  
d) Separado ( )  
e) Unión libre ( )  
f) Viudo ( )

**II. SITUACIÓN ACADÉMICA ACTUAL**

1.- ¿Está titulado?

a) SI ( )  
b) No ( )

(En caso de que su respuesta sea afirmativa, remítase a contestar el apartado II  
Situación Laboral)

2.- ¿Ya terminó las materias de la carrera?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

3.- Si su respuesta es negativa, ¿cuántas materias adeuda ?

- a) Tronco ( )
- b) Obligatorias de la carrera ( )
- c) Optativas de la carrera ( )

4.- ¿Ya acreditó los idiomas?

- a) Sí

5.- ¿Ya concluyó la tesis profesional?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

6.- Si su respuesta es negativa, indique ¿cuáles piensa que han sido los principales motivos para no haber elaborado la tesis?

- a) Acreditación de los idiomas ( )
- b) Estudios incompletos ( )
- c) Dificultades en la inves ( )
- d) Falta de información ( )
- e) Falta de interés ( )

Especifique \_\_\_\_\_

---

7.- ¿Piensa titularse?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

¿Por  
qué? \_\_\_\_\_

---

### III SITUACIÓN LABORAL

8.- ¿En dónde trabaja actualmente?

- a) Sector privado ( )
- b) Sector público ( )
- c) En forma independiente ( )

(Si no es empleado, pase a la pregunta 13)

9.- ¿Cuál es el nombre de la empresa o institución en donde labora?

---

---

10.- ¿Qué puesto ocupa en donde trabaja?

---

---

11.- ¿Cuántas personas trabajan bajo sus órdenes?

- a) Ninguna ( )
- b) De 1-3 ( )
- c) De 4-6 ( )
- d) De 7-9 ( )
- e) Más de 10 ( )

12.- En relación a su trabajo ¿usted con quién acuerda?

---

---

13.- ¿Cuál es su ingreso mensual?

- a) Hasta un salario mínimo ( )
- b) De dos a cuatro veces el salario mínimo ( )
- c) De cinco a siete veces el salario mínimo ( )
- d) Más de 8 veces el salario mínimo ( )

14.- ¿Desde cuándo comenzó a trabajar en el área de comunicación?

- a) Al iniciar la carrera ( )
- b) Durante la carrera ( )
- c) Al término de la carrera ( )
- d) No ha comenzado ( )

15.- Si trabaja en el campo de la comunicación ¿en qué área se desarrolla?

- a) Audiovisuales ( )
- b) Cine ( )
- c) Docencia ( )
- d) Prensa escrita ( )
- e) Publicidad ( )
- f) Radio ( )
- g) Relaciones Públicas ( )
- h) Televisión ( )
- i) Otras ( )

Especifique \_\_\_\_\_

---

16.- ¿Las tareas que le han sido asignadas se relacionan con la carrera que estudió?

- a) Si ( )
- b) No ( )

### III RELACIÓN FORMACIÓN ACADEMICA-EMPLEO

17.- ¿Después de haber concluido la carrera, ¿cómo consiguió su primer empleo?

- a) Por servicio social
- b) Por vacantes y solicitud de empleo
- c) Por recomendación de un amigo o familiar
- d) Por recomendación de un profesor
- e) Otro

Especifique \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

18.- Indique ¿cuáles han sido las principales limitaciones a las que se han enfrentado para desempeñar su profesión?

- a) Falta de conocimientos teóricos especializados
  - b) Falta de conocimiento de equipo técnico actualizado
  - c) Falta de experiencia
  - d) Incompatibilidad de su ideología con la de la empresa
  - e) Otras
- Especifique

19.- ¿Qué expectativas de superación le ofrece la empresa para su superación o actualización profesional?

- a) Amplio desarrollo
- b) Ascenso profesional constante
- c) No existen expectativas
- d) Otros

Especifique \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

20.- ¿Ha encontrado limitaciones para conseguir empleo o para desempeñarse en la profesión por ser egresado de la F.C.P y S de la UNAM?

- a) Si
- b) No

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

21.- ¿Cree que la formación académica que le brindó la Facultad fue suficiente para desarrollarse profesionalmente?

a) Si ( )

b) No ( )

¿Porqué? \_\_\_\_\_

---

22.- Cuando terminó la carrera, ¿conocía suficientemente las funciones del comunicólogo?

a) Si ( )

b) No ( )

23.- ¿Cómo catalogaría los planes de estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que ofrece la FCPyS?

a) Actualizados ( )

b) Acordes al desarrollo laboral ( )

c) Desvinculados con las necesidades actuales del mercado de trabajo ( )

d) Otros ( )

Especifique \_\_\_\_\_

---

24.- ¿Cómo consideraría la enseñanza de la carrera de comunicación en la Facultad?

a) Teórica en tanto que permite el conocimiento ( )

b) Práctica en tanto que permite el manejo de instrumental técnico ( )

c) Completa en tanto que permite el conocimiento y el manejo ( )

de instrumental técnico ( )

d) Incompleta en tanto que no permite ni el conocimiento teórico, ( )

ni el manejo de instrumental técnico ( )

e) Otra opción ( )

Especifique \_\_\_\_\_

---

## RESULTADOS GLOBALES DE LAS ENCUESTAS

### I DATOS GENERALES

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 30 A 32 años	9	11%
De 33 A 35 años	59	71%
De 36 y más	15	18%

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	49	59%
Masculino	34	41%

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero	33	40%
Casado	47	57%
Divorciado	3	3%
Separado	0	0%

### I SITUACIÓN ACADÉMICA ACTUAL

#### 1.- ¿Está titulado?

Titulados	5	6%
No titulados	78	94%

#### 2.- ¿Ya terminó las materias de la carrera?

a) Si	34	41%
b) No	44	53%
c) No contestó	0	0%
d) No opera	5	6%

3.- ¿Cuántas materias adeuda ?		
a) De 1-3 mat. Tronco	17	20%
b) De 4-7 mat. Tronco	8	10%
c) De 1-3 mat. Oblig	9	11%
d) De 4-7 mat. Oblig	5	6%
e) Más de 8 mat. Oblig.	2	3%
f) De 1-3 mat. Optat.	2	2%
g) De 4-7 mat. Optat.	1	1%
h) Más de 8 mat. optat.	0	0%
i) No contestó	0	0%
j) No opera	5	6%

4.- ¿Ya acreditó los idiomas?		
a) Si	23	28%
b) No	55	66%
c) No contestó	0	0%
d) No opera	5	6%

5.- ¿Ya concluyó la tesis profesional?		
a) Si	0	0%
b) No	78	94%
c) No contestó	0	0%
d) No opera	5	6%

6.- Si su respuesta es negativa ¿cuáles piensa que han sido los principales motivos para no haber elaborado la tesis?

a) Acreditación de los idiomas	9	12%
b) Estudios incompletos	44	53%
c) Dificultades en la inves	15	19%
d) Falta de información	3	4%

e) Falta de interés	0	0%
f) Falta de tiempo	5	6%
f) No contestó	0	0%
g) No opera	5	6%

7.- ¿Piensa titularse?

a) Si porque es impórtate concluir los estudios	34	41%
b) Si porque es un requisito para buscar mejores oportunidades de empleo	29	35%
c) Si para poder realizar estudios de posgrado	6	7%
d) No porque no me interesa	4	5%
e) No por falta de tiempo	2	2%
f) No es necesario para ejercer la profesión	0	0%
g) No es necesario para tener o buscar mejores opciones	0	0%
h) No porque sólo es un documento	3	4%
i) No contestó	0	0%
j) No opera	5	6%

## II SITUACIÓN LABORAL

8.- ¿En dónde trabaja actualmente?

a) Sector privado	14	17%
b) Sector público	14	17%
c) En forma independiente	42	50%
d) No contestó	0	0%
e) No opera	13	16%

9.- Nombre de la empresa

10.- ¿Qué puesto ocupa en donde trabaja?

a) Puestos directivos (mandos altos)	46	55%
b) Puestos ejecutivos (mandos medios)	14	17%
c) Puestos operativos (mandos bajos)	10	12%
d) No contestó	0	0%
e) No opera	13	16%

11.- ¿Cuántas personas trabajan bajo sus órdenes?

a) ninguna	20	24%
b) De 1-3	4	5%
c) De 4-6	5	6%
d) De 7-9	9	11%
e) Más de 10	26	31%
f) No contestó	7	8%
g) No opera	13	16%

12.- En relación a su trabajo ¿usted con quién acuerda?

a) Mando alto (directivo)	57	69%
b) Mando medio (ejecutivo)	10	14%
c) Mando bajo (operativo)	3	4%
d) No opera	13	16%
e) No contestó	0	0%

13.- ¿Cuál es su sueldo mensual?

a) Hasta un salario mínimo	0	0%
b) De 2-4	9	11%
c) De 5-7	5	6%
d) Más de 8	56	67%
e) No contestó	0	0%
f) No opera	13	16%

14.- ¿Desde cuándo comenzó a trabajar en el área de comunicación?

a) Antes de iniciar la carrera	7	8%
b) Durante la carrera	7	8%
c) Al término de la carrera	7	8%
d) No ha comenzado	50	61%
e) No contestó	6	7%
f) No opera	13	16%

15.- Si trabaja en el campo de la comunicación ¿en qué área se desarrolla?

a) Audiovisuales	2	2%
b) Cine	0	0%
c) Docencia	1	1%
d) Prensa escrita	4	5%
e) Publicidad	1	1%
f) Radio	0	0%
g) Relaciones Públicas	11	13%
h) Televisión	0	0%
i) Otras	0	0%
j) No contestó	0	0%
k) No opera	64	77%

16.- ¿Las tareas que le han sido asignadas se relacionan con la carrera que estudió?

a) Si	19	23%
b) No	51	61%
c) No contestó	0	0%
d) No opera	13	16%

### III RELACIÓN FORMACIÓN ACADEMICA-EMPLEO

17.- ¿Después de haber concluido la carrera, ¿cómo consiguió el empleo?

a) Por servicio social	15	18%
b) Por vacantes y solicitud de empleo	31	37%
c) Por recomendación de un amigo o familiar	20	24%
d) Por recomendación de un profesor	13	15%

e) Otro	0	0%
f) No contestó	4	5%
g) No opera	0	0%

18.- Indique ¿cuáles han sido las principales limitaciones a las que se han enfrentado para desempeñar su profesión?

a) Falta de conocimientos teóricos especializados	4	5%
b) Falta de conocimiento de equipo técnico actualizado	27	32%
c) Falta de experiencia	33	40%
d) Incompatibilidad de su ideología con la de la empresa	0	0%
e) Otras	0	0%
f) No contestó	0	0%
g) No opera	13	16%
h) Ninguna	6	7%

19.- ¿Qué expectativas de superación le ofrece la empresa para su superación o actualización profesional?

a) Amplio desarrollo	7	8%
b) Ascenso profesional constante	8	10%
c) No existen expectativas	55	66%
d) Otros	0	0%
e) No contestó	0	0%
f) No opera	13	16%

20.- ¿Ha encontrado limitaciones para conseguir empleo o para desempeñarse en la profesión por ser egresado de la F.C.P y S de la UNAM?

a) Sí, por la falta de confianza en la institución por parte de las empresas	18	21%
b) Sí, porque prefieren a egresados de otras universidades	44	53%
c) No	8	10%
d) No contestó	0	0%
e) No opera	13	16%

21.- ¿Cree que la formación académica que le brindó la Facultad fue suficiente para desarrollarse profesionalmente?

a) Si	4	5%
b) No	72	87%
c) No contestó	7	8%
d) No opera		

22.- Cuando terminó la carrera ¿conocía suficientemente las funciones del comunicólogo?

a) Si	5	6%
b) No	78	94%
c) No contestó	0	0%
d) No opera	0	0%

23.- ¿Cómo catalogaría los planes de estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que ofrece la FCPyS?

a) Actualizados	2	2%
b) Acordes al desarrollo laboral	7	8%
c) Desvinculados con las necesidades actuales del mercado de trabajo	74	90%
d) No contestó	0	0%
e) No opera	0	0%

24.- ¿Cómo consideraría la enseñanza práctica de la carrera de comunicación en la Facultad?

a) Teórica en tanto que permite el conocimiento	19	23%
b) Práctica en tanto que permite el manejo de instrumental técnico	4	5%
c) Completa en tanto que permite el conocimiento y el manejo de Instrumental técnico	10	12%
d) Incompleta en tanto que no permite ni el conocimiento teórico, ni el manejo de Instrumental técnico	47	56%
e) No contestó	3	4%
f) No opera	0	0%

## FE DE ERRATAS

En la página 75, gráfica n°2 ,en el titulo dice: dificultade.	Debe decir: dificultades
En la página 89, segundo párrafo, renglón 4 dice: 79%.	Debe decir: 67%
En la página 89, segundo párrafo, renglón 5 dice: 9%	Debe decir: 17%
En la página 89, segundo párrafo, renglón 6 dice: 17 y 37	Debe decir: 14 y 38
En la página 89, tercer párrafo, renglón 8 dice: esudios	Debe decir: estudios.