

2 ef
24



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA MUJER Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO. (ELEMENTOS DE ESTUDIO)

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
MARIA ESTELA TEODOMIRA PINEDA GONZALEZ

México, D. F.

1986



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE GENERAL

	PAG.
INTRODUCCION	
CAPITULO NUM. 1 LA ECONOMIA, EL TRABAJO Y LA MUJER	9
CAPITULO NUM. 2 EL PERIODISMO Y LA INTEGRACION DE LA MUJER	27
CAPITULO NUM. 3 LA FORMACION DE LA MUJER PERIODISTA	40
CAPITULO NUM. 4 HACIA UN PERFIL DE LA MUJER PERIODISTA	95
CAPITULO NUM. 5 CONCLUSIONES GENERALES	113
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

INTRODUCCION

LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE LA MUJER Y SU PARTICIPACIÓN EN EL CAMPO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA, DESPERTÓ MI INTERÉS POR REALIZAR UN ESTUDIO SOBRE EL FUTURO LABORAL DE LAS EGRESADAS UNIVERSITARIAS, TOMANDO EN CUENTA LOS OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN; DE AHÍ QUE SELECCIONARA EL TEMA DE TESIS LA MUJER Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO.

LA IDEA INICIAL FUE INVESTIGAR ACERCA DE ESE PUNTO; POR DESGRACIA, LA FALTA DE DATOS Y BIBLIOGRAFÍA ADECUADA HICIERON QUE MIS PLANES SE ORIENTARAN HACIA LA APORTACIÓN DE ELEMENTOS DE ESTUDIO QUE, EN LA MEDIDA DE LAS POSIBILIDADES EXISTENTES, BRINDARON RESPUESTAS INTERESANTES EN CUANTO A LA SELECCIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN POR PARTE DE LAS MUJERES, SU ESTADÍA EN LAS UNIVERSIDADES, SU IDEA SOBRE EL CAMPO DE TRABAJO, Y LA COHERENCIA DE LOS PLANES DE ESTUDIO EN ESE RENGLÓN.

EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN ME LLEVÓ A LA LECTURA DE LA HISTORIA DE LAS CULTURAS INDÍGENAS, QUE DABAN A LA MUJER EL PAPEL TRADICIONAL DE ESPOSA Y MADRE, DEPENDIENTE SIEMPRE DE UN HOMBRE, Y AUNQUE NO DEJABA DE REALIZAR TAREAS AGRÍCOLAS,

COMERCIALES, ARTESANALES Y RELIGIOSAS, SU FORMACIÓN BÁSICA - SE LIMITABA A ESA FUNCIÓN EN LA SOCIEDAD.

DESPUÉS DE LA CONQUISTA, LA INSTRUCCIÓN ACADÉMICA FUE - OBLIGATORIA, Y ESO PERMITIÓ QUE LA MUJER SE INTEGRARA AL ESTUDIO; POSTERIORMENTE ENTRÓ AL MERCADO DE TRABAJO REMUNERADO DADAS LAS EXIGENCIAS DE LA SOCIEDAD Y DEL MISMO PRESUPUESTO FAMILIAR; DE AHÍ QUE TAMBIÉN LAS ESCUELAS AMPLIARAN SU PROGRAMA ACADÉMICO PARA DAR CABIDA A LA INSTRUCCIÓN DE AQUÉLLAS QUE NO SE QUEDABAN COMO OBRERAS, E INCLUSO SE ABRIERON ESCUELAS TÉCNICAS QUE IMPARTÍAN CLASES DE TAQUIGRAFÍA, MECANOGRAFÍA Y TELEGRAFÍA.

A LA MUJER SE LE EXIGÍA DEDICACIÓN TOTAL Y SE LE DABA - UN SALARIO MENOR QUE A SUS COMPAÑEROS, POR LO QUE PROTESTÓ - EN BUSCA DE IGUALDAD, Y LA SOCIEDAD INTENTÓ MEDIAR EL ASUNTO, OCUPANDO A LAS MUJERES EN LABORES EDUCATIVAS ECONÓMICAMENTE REMUNERADAS Y DE BIENESTAR SOCIAL, POR LAS CUALES NO - RECIBÍAN PAGA AL SER CONSIDERADAS VERDADERAS GUARDIANAS EN - LA LUCHA CONTRA EL ALCOHOLISMO, LA DROGADICCIÓN Y LA PROSTITUCIÓN.

A PESAR DE LA IDEA DE DOMESTICIDAD Y AISLAMIENTO, LAS - MUJERES MEXICANAS SE INTEGRARON POCO A POCO A OTRAS ACTIVIDA

DES FUERA DEL HOGAR; O SEA, LABORES TRADICIONALMENTE FEMENINAS A NIVEL INDUSTRIAL; FÁBRICAS TEXTILES Y TABACALERAS, CON MAYOR ÉNFASIS DURANTE EL PORFIRIATO, PARA SATISFACER LA NECESIDAD CAPITALISTA DE MANO DE OBRA BARATA.

TAMBIÉN EN ESA ÉPOCA LA MUJER SE INTEGRÓ AL COMERCIO, - AL TRABAJO EN OFICINAS PRIVADAS Y DEL GOBIERNO, Y SERVICIOS COMO SECRETARIAS, MECANÓGRAFAS Y DEPENDIENTAS EN ALMACENES; LA DOCENCIA ERA POR EXCELENCIA PARA MUJERES.

EN LOS AÑOS SESENTA COMIENZA A CRECER EL NÚMERO DE MUJERES QUE INGRESA A LAS UNIVERSIDADES, DEBIDO A FACTORES POLÍTICOS Y SOCIALES QUE SE DIERON EN OTROS PAÍSES, Y A LA NECESIDAD ECONÓMICA, ADEMÁS DEL DESARROLLO PROPIO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO; POR ELLO, CONCIBIERON NUEVAS EXPECTATIVAS DE REALIZACIÓN PROFESIONAL, NO SÓLO EN EL CAMPO DE LA ABOGACÍA, MEDICINA, SICOLOGÍA, SINO DE CARRERAS COMO LA DE COMUNICACIÓN, POR LA CUAL HAN SENTIDO MAYOR PREFERENCIA. SIN EMBARGO, ESO SE REFLEJA POCO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PUES SON MUY POCAS LAS QUE TRABAJAN EN ELLOS, Y MUCHAS MENOS LAS QUE OCUPAN PUESTOS DE MANDO.

DE AHÍ QUE INVESTIGARA CIFRAS DE ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y

SOCIALES, EN LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES - ACATLÁN Y ARAGÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, UNIVERSIDAD ANÁHUAC Y EN LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN". CABE ACLARAR QUE LA ENEP ARAGÓN NO SE INCLUYÓ AL FINAL DE CUENTAS PORQUE LA INFORMACIÓN REQUERIDA LES PARECIÓ MUY DETALLADA A LOS EMPLEADOS; EN EL CASO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD XOCHIMILCO, FUE EXCLUÍDA DEL ESTUDIO PORQUE SUS ALUMNAS NO CONTESTARON CON SERIEDAD LAS ENCUESTAS.

EL MÉTODO QUE SE UTILIZÓ EN ESAS INSTITUCIONES ACADÉMICAS FUE EL DE SONDEO ENTRE ESTUDIANTES, PROFESORAS, COORDINADORAS DE LA CARRERA, EGRESADAS Y MUJERES PERIODISTAS ACTIVAS, MEDIANTE CUESTIONARIOS ELABORADOS DE MANERA QUE PUDIERA RECABAR INFORMACIÓN PARA TENER UNA VISIÓN INTEGRAL DE ESTA PROFESIONAL DE FORMACIÓN UNIVERSITARIA CON EXPERIENCIA EN LOS MEDIOS, SIN LIMITARME A UN JUICIO EMPÍRICO DE LA GENTE QUE TRABAJA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PARA, CON ESOS ELEMENTOS, ABORDAR EL CASO COMPLEJO DE LA MUJER PERIODISTA DESDE SU INTEGRACIÓN AL APARATO PRODUCTIVO DEL PAÍS Y LAS RAZONES DE ELLO.

A PESAR DE QUE LA MUJER SE PREPARA EN LAS UNIVERSIDADES PARA SALIR EN BUSCA DE TRABAJO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN,

AÚN NO LOGRA ROMPER LAS BARRERAS DISCRIMINATORIAS QUE IMPONE UNA SOCIEDAD MACHISTA, COMO LA NUESTRA, QUE ENCIERRA LA ACTIVIDAD DE LA MUJER DENTRO DE LOS LÍMITES QUE DICHA SOCIEDAD - MARCA.

EN LA TELEVISIÓN, EXISTEN PROTOTIPOS DE MUJERES PERIODISTAS, CONFUNDIÉNDOSE A LA REPORTERA CON LA LECTORA DE NOTICIAS, CUANDO ESTA ÚLTIMA ES COMÚNMENTE LA CARA BONITA QUE TRANSMITE LA INFORMACIÓN RECAJADA POR LA AUTÉNTICA REPORTERA, QUIEN PESE A QUE HA GANADO TERRENO EN CUANTO A SU CAMPO DE ACCIÓN (LÉASE "FUENTES", NOMBRE QUE SE LE DA A LAS DIVERSAS SECCIONES O ESPECIALIDADES DEL PERIODISMO, COMO DEPORTES, INFORMACIÓN GENERAL, SOCIALES, ETC.), TODAVÍA NO OCUPA SITIOS QUE HASTA LA FECHA SON EXCLUSIVOS DE HOMBRES, COMO EL CASO DE DEPORTES, EN LOS CUALES NO APARECE NINGUNA MUJER QUE NARRÉ UN PARTIDO DE FUTBOL, DE TENIS, DE BEISBOL, O QUE TENGA LA TITULARIDAD DE UN NOTICARIO. TANTO EN TELEVISIÓN COMO EN IMEVISIÓN SE NOTA MAYOR PARTICIPACIÓN DE LA MUJER PERIODISTA, PERO EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS NO OCUPA PUESTO DE MANDO, CON EXCEPCIÓN DE SARA MOIRÓN, QUE FUE JEFA DE INFORMACIÓN DE LOS NOTICIARIOS DE LA CADENA ESTATAL.

EN LA RADIO, SE ESCUCHAN YA MUCHAS VOCES FEMENINAS, COMO LOCUTORAS, REPORTERAS O CONDUCTORAS DE PROGRAMAS DEDICA--

DOS A LA MUJER, ADEMÁS DE AQUÉLLAS QUE SE MUEVEN EN EL ÁMBITO DE LA PRODUCCIÓN; SIN EMBARGO, AÚN NO LLEVAN LA BATUTA EN PROGRAMAS DE CRÍTICA SOCIAL, CULTURAL O POLÍTICA.

EL CINE NO ESCAPA A LAS LIMITACIONES DE LA MUJER PERIODISTA, LOS DIRECTORES SIGUEN SIENDO HOMBRES EN SU MAYORÍA, -- SI ACASO SE RECUERDA A MARCELA FERNÁNDEZ VIOLANTE (CANANEA, 1976), ROSA MARTHA FERNÁNDEZ (COSAS DE MUJERES, 1978), Y --- ADRIANA CONTRERAS (HISTORIA DE VIDA), QUIENES DESPUÉS DE -- ESAS PELÍCULAS NO HAN TENIDO NUEVAMENTE OPORTUNIDAD DE DIRIGIR, MIENTRAS OTRAS MUJERES INTERVIENEN EN ACTIVIDADES QUE -- SE CIRCUNSCRIBÍAN AL HOMBRE, COMO SER CORTADORA DE NEGATIVOS (LUPITA MARÍN), CORRECTORA DE COLOR Y LUZ (CELIA RUIZ), Y -- UNA QUE OTRA GUIONISTA (JOSEFINA VICENS), QUIENES APRENDIERON EL OFICIO EN LA PRÁCTICA.

EN LA PRENSA ESCRITA, APARENTEMENTE LA MUJER HA ABARCADO TODAS LAS FUENTES; SIN EMBARGO, A PESAR DE SU EXPERIENCIA Y PREPARACIÓN TODAVÍA NO SE ADUEÑA DE UN SITIO DE ALTA JERARQUÍA, COMO PUDIERA SER JEFA DE REDACCIÓN, DE INFORMACIÓN, O DIRECTORA DE UN PERIÓDICO, SALVO LAS EXCEPCIONES DE SOCORRO DÍAZ MIEMBRO DEL COMITÉ DIRECTIVO DEL PERIÓDICO EL DÍA, O -- CARMEN LIRA, SUBDIRECTORA DE LA JORNADA.

POR TANTO, EL PANORAMA DE LA MUJER PERIODISTA ES DIFÍCIL, SIN QUE PARA LOS HOMBRES NO LO SEA EN UNA ÉPOCA COMO ÉSTA, PERO PARA LA MUJER NO EXISTE TODAVÍA LA CONFIANZA DE LA SOCIEDAD PARA OTORGARLE UN PUESTO DE TOMA DE DECISIÓN O BIEN DEL MANEJO RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN, AÚN SIGUE ROTANDO ALREDEDOR DEL EJE MACHISTA QUE APARENTEMENTE LE DA LIBERTAD, PERO TAMBIÉN LE MARCA LÍMITES.

DE ESTA VISIÓN GLOBAL SURGEN LAS INCÓGNITAS, ¿POR QUÉ Y CÓMO LLEGA LA MUJER EN MAYOR PORCENTAJE A LA CARRERA DE COMUNICACIÓN?, ¿QUÉ EXPECTATIVAS TIENE EN EL MERCADO DE TRABAJO? ¿CÓMO CONSIDERA SU PREPARACIÓN ACADÉMICA?, ¿DÓNDE SE ENCUENTRA UBICADA EN EL ÁREA LABORAL?, ¿CUÁL ES LA RELACIÓN DE LA MUJER EGRESADA Y LA AUTODIDACTA?, EN FIN, MUCHAS PREGUNTAS - QUE OBTIENEN RESPUESTA EN ESTE ESTUDIO, DONDE ADEMÁS DE TOMAR UNIVERSIDADES COMO FOCO DE INFORMACIÓN, SE RECURRIÓ A -- SONDEOS Y ENTREVISTAS EN PERIÓDICOS (EXCÉLSIOR, EL HERALDO DE MÉXICO, OVACIONES, EL SOL DE MÉXICO Y LA JORNADA), EN ESTACIONES DE TELEVISIÓN (IMEVISIÓN Y TELEvisa), EN RADIO (NÚCLEO RADIO MIL, RADIO EDUCACIÓN Y RADIO UNAM), Y EN AGENCIAS INFORMATIVAS (INFORMEX Y NOTIMEX).

TODO ELLO CON OBJETO DE VER HASTA QUÉ PUNTO COINCIDE LA REALIDAD CON LA PREPARACIÓN DE PROFESIONALES DE LA COMUNICA-

CIÓN, TOMANDO EN CUENTA QUE AL PRINCIPIO LAS ESCUELAS SE PREOCUPARON POR EL ÁREA DE PRENSA ESCRITA; POSTERIORMENTE, LA INSTRUCCIÓN FUE CAMBIANDO CONFORME EL AVANCE DE LA TECNOLOGÍA MODERNA, DE AHÍ QUE SURGIERA UNA DEMANDA DE ESPECIALIZACIÓN, LA CUAL SE INCLINÓ A LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS, SOBRE TODO EN LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS.

ASIMISMO, SE PERSIGUE HACER UN ESBOZO CON BASE EN DATOS FRESCOS Y DIRECTOS SURGIDOS DEL CUESTIONARIO COMÚN QUE SE APLICÓ EN LAS UNIVERSIDADES ACERCA DEL FUNCIONAMIENTO DE LA INSTRUCCIÓN TEÓRICA, DE SU APLICACIÓN EN LA PRÁCTICA, Y DE LA NECESIDAD DE CONJUNTAR AMBAS EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE.

ESTO CON EL FIN DE ESTABLECER DE MANERA MÁS CLARA Y DEFINIDA, EL PERFIL DE LA COMUNICADORA, DE ACUERDO AL EJERCICIO PROFESIONAL Y A LAS NORMAS TEÓRICAS QUE SEÑALAN EL OBJETIVO DE LA CARRERA.

CAPITULO NUM. 1

LA ECONOMIA, EL TRABAJO Y LA MUJER

LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LAS DIFERENTES ÁREAS DEL TRABAJO, SEA PARA APOYAR LA ECONOMÍA FAMILIAR, DESARROLLARSE PROFESIONALMENTE O AMBAS COSAS, COLOCA A LA MUJER EN EL PLANO DE DOBLE JORNALERA, YA QUE ORGANIZA Y COMBINA SUS TAREAS TRADICIONALES DE MADRE, ESPOSA Y AMA DE CASA, CON LAS QUE SU EJERCICIO LABORAL LE IMPONE.

ESTA DOBLE ACTIVIDAD TRADUCIDA EN CONSTANTE SALIDA Y REGRESO DEL HOGAR AL CENTRO DE TRABAJO, HA POSIBILITADO QUE LA SOCIEDAD REVALORICE DE ALGUNA MANERA LAS TAREAS QUE DESEMPEÑA EN EL HOGAR. ESTAS, AUNQUE SON Y HAN SIDO SU PRINCIPAL OCUPACIÓN DURANTE SIGLOS, E INCLUSO ESE ERA SU DESTINO, AHORA FORMAN PARTE DE UNA LABOR MÁS COMPLEJA, QUE LA LLEVAN A SER UNO DE LOS MIEMBROS DE MAYOR ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD Y LA FAMILIA.

A PESAR QUE LA MUJER HA INCURSIONADO EN CAMPOS QUE DURANTE AÑOS FUERON OCUPADOS TRADICIONALMENTE POR HOMBRES, Y QUE HA LOGRADO SE EXTIENDA SU MARCO DE RESPONSABILIDADES, SE VE TODAVÍA LIMITADA EN SU DESARROLLO LABORAL Y PROFESIONAL -

POR TABÚES Y PREJUICIOS QUE COARTAN LA CONFIANZA DE LA SOCIEDAD MISMA Y DEL HOMBRE HACIA EL TRABAJO QUE ÉSTA DESEMPEÑA.

SI BIEN YA QUEDARON ATRÁS LAS OCUPACIONES QUE MARCARON EL PAPEL HISTÓRICO DE LA MUJER COMO ESPOSA ABNEGADA Y MADRE DISPUESTA A LA DESPERSONALIZACIÓN PARA PASAR SU VIDA ENTRE ESCOBAS Y CACEROLAS, AÚN ESTÁ PRESENTE EL ESTANCAMIENTO EN LA VALORIZACIÓN DEL TRABAJO QUE REALIZA EN LOS DIVERSOS CAMPOS. EN EFECTO, TODAVÍA SE RESTRINGE SU ACCESO AL EMPLEO MEDIANTE CONDICIONES COMO LA BELLEZA Y LA GRACIA, DEJANDO A UN LADO - LA PREPARACIÓN Y EXPERIENCIA QUE PUEDA TENER. EL EXTREMO SE MANIFIESTA CUANDO SE NIEGA EMPLEO A LA MUJER QUE SE ENCUENTRA EMBARAZADA O ES MAYOR DE 40 AÑOS.

EN LA OBRA DE PIERRETE SARTIN, LA PROMOCIÓN DE LA MUJER, SE ENUNCIA LA DECLARACIÓN DE LA SEÑORA PATRINAL DAS, DIRECTORA DEL PROGRAMA DE ACCIÓN FEMENINA EN EL MINISTERIO DEL DESARROLLO COMUNITARIO DE LA INDIA, QUE SEÑALA: "LA REVOLUCIÓN MÁS GRANDE QUE PUEDE CONOCER UN PAÍS ES LA QUE MODIFICA LA CONDICIÓN Y MANERA DE VIVIR DE SUS MUJERES".¹

1. SARTIN, PIERRETE. LA PROMOCIÓN DE LA MUJER, ED. NUEVA - COLECCIÓN LABOR, 1973, P. 11.

EN ESE SENTIDO, MÉXICO NO PUEDE CONSIDERARSE ENTRE LOS PRIMEROS LUGARES, YA QUE SI BIEN HA PROMOVIDO EL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE MUCHAS MUJERES, ES UN HECHO QUE SE SIGUEN COARTANDO SUS POSIBILIDADES DE DESARROLLO DEBIDO ENTRE OTRAS COSAS, A LA FALTA DE INCENTIVOS EN EL TRABAJO. UNO DE ELLOS SERÍA OTORGAR EL REAL VALOR A SU TRABAJO Y SATISFACER SU ASPIRACIÓN DE EJERCER MAYORES RESPONSABILIDADES Y COM PROMISOS, Y NO SER SOLAMENTE UN INTEGRANTE MÁS QUE SIEMPRE - CUMPLE, PERO QUE NO PARTICIPA EN LA CONDUCCIÓN Y COORDINACIÓN DE LOS PROYECTOS TRASCENDENTES.

LA EVOLUCIÓN Y LA APERTURA DEL CAMPO DE ACCIÓN DE LA MU JER, ES INNEGABLE. SIN EMBARGO, NO SE PUEDE HABLAR TODAVÍA DE VERDADERA LIBERTAD DE ACCIÓN, CON LAS IMPLICACIONES QUE - ESTO TIENE, POR LA EXISTENCIA DE OBSTÁCULOS SOCIALES, SICOLÓ GICOS Y DE SEXOS, ENTRE OTROS.

POR ELLO, EL PROPIO PIERRETE SARTIN ESCRIBE:

"(...)LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL CAMPO DEL TRABAJO ES DEL CAMBIO DE ACTIVIDADES SOCIALES TRADICIONALES A LAS DE RAZONES ECONÓMICAS, POR TANTO, LA LLEGADA DE LAS MUJERES A LOS PUESTOS DESTINADOS A LOS HOMBRES ADQUIERE UN SELLO DE LA ÉPOCA ACTUAL Y SE FUSIONA CON EL PROCESO DE EVOLUCIÓN QUE ESTE RUBRO HA TENIDO EN LA MAYORÍA DE PAÍSES; LA ATRAC-

CIÓN, PRIMERAMENTE, HACIA EL TALLER O LA FÁBRICA, Y UNA TERCERA, EN DESPACHOS, COMERCIOS Y SERVICIOS."²

ADEMÁS DE ESA ENTRADA A PUESTOS OCUPADOS POR HOMBRES DE ACUERDO A LA TRADICIÓN, LA MUJER ES INTEGRANTE DE UN GRUPO SOCIAL AL CUAL SE LE CONTROLA, SE LE MANIPULA Y SE LE COMPRIME PUES EXIGE MEJORES OPORTUNIDADES. LAS CONCESIONES QUE -- ELLA RECIBE ESTÁN EN RELACIÓN DE LO QUE PUEDA DAR, TAN ES -- ASÍ QUE SE EXPLOTA COMO UNA FUERZA ELECTORAL.

AL RESPECTO, PIERRETE SARTIN ANOTA CON PROBIDAD QUE "LA MUJER, EN EL PLANO DE LAS FACULTADES INTELECTUALES, SE PUEDE ADMITIR QUE ES SUPERIOR AL HOMBRE POR SU INTUICIÓN Y OBSERVACIÓN, PERO INFERIOR EN LA DEDUCCIÓN Y LA ABSTRACCIÓN; SU PROCESO INTELECTUAL PARECE MENOS LÓGICO PERO MAS CONCRETO Y --- PRÁCTICO QUE EL MASCULINO".³

PESE A TAL AFIRMACIÓN, LA MUJER SE PREPARA, ESTUDIA Y -- SE ALISTA PARA SALIR AL CAMPO DEL TRABAJO, NO SÓLO CON LA -- IDEA DE OBTENER UN SALARIO QUE AYUDE A LA SOLUCIÓN DE SUS --

2. IBID., p.16

3. IBID., p.107

PROBLEMAS ECONÓMICOS, SINO CON EL DESEO DE SUPERARSE; CLARO QUE ESTO ÚLTIMO NO ES NADA FÁCIL EN UNA SOCIEDAD COMO LA --- NUESTRA, NI TAMPOCO SE PUEDE GENERALIZAR EN CUANTO A LOS - - ANHELOS DE TODAS LAS MUJERES.

LA RESPUESTA A TAL OBSERVACIÓN PUEDE SER PORQUE EL TRABAJO NO REPRESENTA PARA MUCHAS MUJERES EL CENTRO DE SU INTERÉS, TAL COMO SUCEDE CON LA MAYORÍA DE LOS HOMBRES. ADEMÁS, HAY MUJERES QUE NO CUENTAN CON FACILIDADES PARA EMPLEARSE DE TIEMPO COMPLETO POR EL COMPROMISO DEL MATRIMONIO, LOS HIJOS Y EL HOGAR, SITUACIÓN QUE EL HOMBRE NO PADECE PUES LA PRESENCIA DE LA MUJER EN CASA LE PERMITE ENTREGARSE DE LLENO A LA ACTIVIDAD LABORAL.

AHORA BIEN, LA MUJER DE CLASE BAJA O MEDIA SIEMPRE PUEDE SIGNIFICAR PARA LA FAMILIA UN PRONTO INGRESO ECONÓMICO, - PORQUE ES PRODUCTIVA DESDE MUY JOVEN SI SE LE COLOCA COMO RECEPCIONISTA O MECANÓGRAFA; EN EL CASO DE GENTE DE CAMPO, SE EMPLEA COMO DOMÉSTICA, MIENTRAS EL HOMBRE RECIBE PREPARACIÓN TÉCNICA, TEÓRICA O PRÁCTICA, CON LA IDEA DE QUE SERÁ EL JEFE DE LA FAMILIA.

A PESAR DE TODO ESO Y DE LA FUERZA QUE PUEDE TENER LA MUJER EN NUESTRA SOCIEDAD, AÚN NO TOMA SU DEBIDA PROPORCIÓN

POR LA DIVERSIDAD DE ACTIVIDADES, INTERESES, METAS Y, OBTIENEN, POR LA FALTA DE ORGANIZACIÓN Y CONCIENCIA DE GRUPO.

NO SE TRATA DE UNA GUERRA DE SEXOS, PUES A ELLO ES FALSO PENSAR QUE NO EXISTE DIVISIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES; LA SOCIEDAD LA MARCA, TAL COMO DIFERENCIA AL CAMPO DE LA CIUDAD. ASIMISMO, LA MISMA SOCIEDAD URBANA HA CREADO FORMAS QUE LA CONDICIONAN Y PERMITEN QUE SE LE CUESTIONE O SE DUDE FÁCILMENTE DE SU CAPACIDAD PROFESIONAL CUANDO OBTIENE UN PUESTO DE IMPORTANCIA.

ESTO ACLARA QUE LA MUJER CONSTITUYE UNA CLASE MÁS DENTRO DE LAS CLASES SOCIALES ESTABLECIDAS, EN LA CUAL EXISTEN DISCRIMINACIONES Y OPRESIONES PROPIAS, PUES ELLA NO SÓLO ES CRITICADA POR EL HOMBRE SINO POR LAS MISMAS MUJERES; ES UNA CLASE SIN CONCIENCIA NI SOLIDARIDAD DE CLASE, POR ESO ES TAN MANIPULABLE.

COMO HEMOS VISTO, LAS NECESIDADES DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y SUS AJUSTES RESPECTIVOS EN LA ESFERA DE LA POLÍTICA Y LA SOCIEDAD, SON LAS QUE HAN FAVORECIDO LA INCORPORACIÓN PAULATINA DE LA MUJER EN EL PROCESO PRODUCTIVO. SIN EMBARGO, COMO LO DEMUESTRA SU EXPERIENCIA HISTÓRICA, SU ACCIÓN SE VE COARTADA POR ELEMENTOS REPRESIVOS Y CONDICIONADOS POR CUES--

TIONES ÉTICAS Y DE AMBIENTE SOCIAL QUE NO PERMITEN SU ÓPTIMA INTEGRACIÓN Y PARTICIPACIÓN SIN RESTRICCIONES.

POR OTRA PARTE, DESDE EL MÉXICO PREHISPÁNICO SE RESPETÓ LA PROPIEDAD COMUNITARIA, SUS MIEMBROS SE VIERON OBLIGADOS A PAGAR TRIBUTOS Y A RECONOCER EL PODER DE LAS CASTAS. AUNQUE NO EXISTEN ESTUDIOS ACERCA DE CÓMO ESE TIPO DE DOMINACIÓN REPERCUTIÓ EN LA PÉRDIDA DE DERECHOS DE LA MUJER, ALGUNOS AUTORES COMO LUIS VITALE EN SU LIBRO HISTORIA Y SOCIOLOGÍA DE LA MUJER LATINOAMERICANA, SOSTIENEN QUE, EN EL MOMENTO DE LA CONQUISTA ESPAÑOLA LOS INDÍGENAS DE LAS ALTAS CULTURAS AMERICANAS (MAYAS, INCAS Y AZTECAS) ESTABAN EN UN PROCESO DE TRANSICIÓN AL PATRIARCADO.

EN LA SOCIEDAD PREHISPÁNICA, LOS CAMPOS DE ACTIVIDAD ESTABAN BIEN DELIMITADOS DESDE EL NACIMIENTO, SEGÚN FUERA EL SEXO, POR LO QUE LA MUJER TUVO UNA PARTICIPACIÓN MARGINAL -- CIRCUNSCRITA FUNDAMENTALMENTE AL NÚCLEO DE LA PARENTELA.

EXISTEN MANIFIESTOS QUE PERMITEN CONTEMPLAR A LA MUJER SEMBRANDO Y COSECHANDO, CRIANDO ANIMALES DOMÉSTICOS, TEJIENDO VESTIDOS Y CONSTRUYENDO LA VIVIENDA FAMILIAR.

EL DOCUMENTO DE LA SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESU--

PUESTO DENOMINADO LA MUJER EN SUS ACTIVIDADES, AGREGA:

"EL VARÓN MIENTRAS ESTABA EN LA GUERRA Y ALLÍ MORÍA, CUANDO ERA EDUCADO EN EL CALMÉCAC IMPARTÍA JUSTICIA, GOBERNABA Y COMERCIABA LEJOS DEL HOGAR; LA MUJER ERA EDUCADA CON SENTIDO TRADICIONAL, TENÍA FUNCIONES DOMÉSTICAS E INCLUSO DE SOSTENIMIENTO DE LA CASA Y ESTABA SOMETIDA A LOS DICTADOS DE UNA SOCIEDAD MASCULINIZADA".⁴

EN EL PUEBLO AZTECA LAS MUJERES SIEMPRE TUVIERON UN ROL SECUNDARIO, PUES ESTABAN RELEGADAS AL ENCIERRO EN EL HOGAR Y A LA INCOMUNICACIÓN DESDE QUE ERAN PEQUEÑAS, POR LO QUE SU OPORTUNIDAD DE DESARROLLAR INQUIETUDES DE CUALQUIER TIPO --- ERAN CASI NULAS, A PESAR DE QUE INTENTABAN ADQUIRIR CIERTOS DERECHOS, COMO EL DE POSEER PROPIEDADES Y HACER NEGOCIOS.

JUANA ARMANDA ALEGRÍA, EN SU LIBRO SICOLOGÍA DE LAS MEXICANAS, ANOTA:

"LA FUNCIÓN PRIMORDIAL DE LAS AZTECAS ERA LA MATERNIDAD, PUESTO QUE ELLAS TENÍAN EL DEBER DE DAR HIJOS A LA PATRIA, DE PROCREAR GUERREROS; LO MEJOR QUE PODÍA SUCEDERLES ERA QUE MURIERAN EN EL PARTO: YA SE HABÍA DICHO QUE ASÍ ADQUIRÍAN EL RANGO DE --

4. SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, LA MUJER EN SUS ACTIVIDADES, MÉXICO, 1981.

DIOSAS".⁵

MIENTRAS QUE EN LA SOCIEDAD MEXICA LO MÁS IMPORTANTE - ERA HACER LA GUERRA, POR LO CUAL CUALQUIER OTRA POSIBILIDAD DE ESE PUEBLO SE SUBORDINA A AQUEL IDEAL. AL HOMBRE, DESDE LA CUNA SE LE ORDENABA SER GUERRERO. A LAS MUJERES, EN CAMBIO, SE LES INCULCABA QUE SIEMPRE DEBÍAN ESTAR DENTRO DE LA CASA, SIN ENCONTRAR FUERA ALGUNA OTRA ACTIVIDAD, LIMITÁNDOSE A VER DE LEJOS LOS GRANDES ACONTECIMIENTOS DE LA TRIBU EN -- LOS CUALES PARTICIPABAN A TRAVÉS DE SUS HIJOS O MARIDOS.

DURANTE LA COLONIA, DESPUÉS DE PASAR POR LA CONQUISTA ESPAÑOLA, QUE REPERCUTIÓ GRAVEMENTE EN LA VIDA DE HOMBRES Y MUJERES QUE VIERON AFECTADO SU PATRIMONIO, SU CONCEPCIÓN DEL MUNDO Y SU RELIGIÓN ENTRE OTRAS COSAS, TAMBIÉN TUVIERON QUE SOPORTAR UNA RELACIÓN DE ABUSO Y MENOSPRECIO, DADA LA ESCA-- SEZ DE MUJERES ESPAÑOLAS, SE CONVIRTIÓ A LA MUJER INDÍGENA - EN OBJETO SEXUAL DE CAMBIO E INTERCAMBIO COMO RESULTADO DE - UNA DOBLE DOMINACIÓN, LA DEL SISTEMA ESPAÑOL Y LA QUE EN SU SOCIEDAD HABÍA SUFRIDO.

5. ALEGRIA, JUANA ARMANDA. SICOLOGÍA DE LAS MEXICANAS, - ED. DIANA, MÉXICO, 1983, P.64.

TANTO EL HOMBRE COMO LA MUJER AMERICANA GENERARON UNA - CULTURA QUE FACILITÓ UNA RÍGIDA COLONIZACIÓN POR PARTE DE - LOS ESPAÑOLES. LA CAUSA ESENCIAL DE LA FRUCTUOSA COLONIZA-- CIÓN FUE PRECISAMENTE EL GRADO DE ADELANTO AGRÍCOLA, ALFARE-- RO Y MINERO-METALÚRGICO QUE HABÍAN ALCANZADO LAS SOCIEDADES INDÍGENAS. LOS ESPAÑOLES SE ENCONTRARON CON PUEBLOS SEDENTA RIOS EN MUCHAS REGIONES DE NUESTRO CONTINENTE QUE CONOCÍAN - LA DOMESTICACIÓN DE LOS ANIMALES Y EL SISTEMA DE RIEGO ARTI-- FICIAL PARA AUMENTAR LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, TAREAS EN LAS - CUALES LAS MUJERES JUGARON UN PAPEL RELEVANTE.

DE ESTE MODO, EN SUELO LATINOAMERICANO AL IGUAL QUE EN OTROS CONTINENTES, LA MUJER FUE UN SER CON LA MISMA CAPACI-- DAD DEL HOMBRE PARA TRABAJAR, DECIDIR Y PARTICIPAR ACTIVAMEN-- TE EN LOS PROBLEMAS DE LA COMUNIDAD.

LA COLONIZACIÓN ESPAÑOLA EN AMÉRICA FORMÓ PARTE DEL PRO-- CESO HISTÓRICO DE CREACIÓN DEL MERCADO MUNDIAL CAPITALISTA. LA ECONOMÍA AGRARIA PRECOLOMBINA FUE REEMPLAZADA, PREPONDE-- RANTEMENTE, POR LA PRODUCCIÓN DE METALES PRECIOSOS Y MATE--- RIAS PRIMAS DESTINADAS AL MERCADO INTERNACIONAL EN FORMACIÓN.

LA MUJER INDÍGENA Y LUEGO LA MESTIZA, ADEMÁS DE LA NE-- GRA ESCLAVA PROVENIENTE DE ÁFRICA, FUERON EXPLOTADAS NO SÓLO

SEXUAL SINO TAMBIÉN ECONÓMICAMENTE. PESE A ELLO, LOS HISTORIADORES NO HAN EVALUADO LA CUANTÍA DEL PLUSPRODUCTO GENERADO POR EL TRABAJO DE LA MUJER LATINOAMERICANA DURANTE LA COLONIA, YA QUE ELLA TRABAJABA SIN NINGÚN TIPO DE REMUNERACIÓN EN LAS PLANTACIONES Y HACIENDAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS PARA LA EXPORTACIÓN.

A ESTE RESPECTO, LUIS VITALE EN SU LIBRO HISTORIA Y SOCIOLOGÍA DE LA MUJER LATINOAMERICANA, SEÑALA:

"LAS MUJERES DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS SIGUIERON PRACTICANDO LA ECONOMÍA DE SUBSISTENCIA Y PRODUCIENDO VALORES DE USO. SIN EMBARGO, LO QUE COMANDABA LA SOCIEDAD COLONIAL ERA EL DINAMISMO DE LAS NUEVAS FORMAS ECONÓMICAS QUE IBAN MERMANDO -- LAS BASES DE LA COMUNIDAD NATIVA. LA ALFARERÍA Y LOS TEJIDOS, PRODUCIDOS EN GRAN PARTE POR MUJERES, TUVIERON QUE CONCURRIR OBLIGADAMENTE AL MERCADO COLONIAL. LAS MUJERES DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS NO PUDIERON PERMANECER 'MARGINADAS' DEL PROCESO GLOBAL DE LA NUEVA ECONOMÍA DE MERCADO INTRODUCIDA POR LA COLONIZACIÓN ESPAÑOLA. FUERON INCORPORADAS ABRUPTAMENTE AL RÉGIMEN DE EXPLOTACIÓN, - 'INTEGRADAS' MEDIANTE EL USO DE LA VIOLENCIA Y DOBLEMENTE EXPLOTADAS".⁶

6. VITALE, LUIS. HISTORIA Y SOCIOLOGÍA DE LA MUJER LATINOAMERICANA, ED. FONTAMARA, MÉXICO 1981, P.21.

LA COLONIZACIÓN ESPAÑOLA, IMPULSADA FUNDAMENTALMENTE -- POR LAS NECESIDADES DEL NACIENTE CAPITALISMO MUNDIAL, PROMOVIÓ A SU VEZ UN SALTO CUALITATIVO EN LA ECONOMÍA EUROPEA. -- LOS METALES PRECIOSOS PROVENIENTES DE AMÉRICA ACELERARON EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS BANCARIAS Y MANUFACTURERAS, QUE -- PROVOCARON UNA "REVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS" Y UN AUMENTO DEL CIRCULANTE Y EL TRÁFICO MERCANTIL.

LA DIVISIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO PROMOVIDA POR EL CAPITALISMO DESPUÉS DE LA PRIMERA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL, TUVO SUS ORÍGENES EN LAS COLONIZACIONES DE ASIA, AFRICA Y AMÉRICA; CONTINENTES QUE FUERON CONVERTIDOS EN CENTROS PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA. LOS COLONIZADORES SE APROPIARON VIOLENTAMENTE DEL SUELO Y DEL PLUSPRODUCTO OBTENIDO DE LA EXPLOTACIÓN INDÍGENA. POR ELLO, EL INVESTIGADOR LUIS VITALE EXPRESA:

"A MEDIDA QUE SE AFIRMABA EL PATRIARCADO DURANTE LA COLONIA, LA MUJER INDÍGENA Y MESTIZA COMENZÓ A SER RELEGADA A UN SEGUNDO TÉRMINO. (...) LOS HIJOS LLEGARON A TOMAR EN CUENTA SÓLO AL PADRE -- Y MENOSPRECIABAN A LA MADRE QUE HABÍA LLEGADO AL HOGAR POR COMPRA, QUE VEGETABA EN ÉL ABRUMADA -- POR EL TRABAJO Y LOS GOLPES, ENVILECIDA, SIN DERECHO DE POSESIÓN, NO INSPIRABA NINGÚN SENTIMIENTO DE CONSIDERACIÓN, NI PODÍA TENER LA MENOR IN-

FLUENCIA EN LA DECISIÓN DE LOS HOMBRES",⁷

EN LATINOAMÉRICA, LA MUJER ESTABA SOMETIDA A UN RÉGIMEN DE OPRESIÓN; ERA MANTENIDA EN LA IGNORANCIA Y MARGINADA DE LA ACTIVIDAD POLÍTICA. NI SIQUIERA LA INDEPENDENCIA POLÍTICA FORMAL CAMBIÓ SU CONDICIÓN, NI LAS COSTUMBRES ESTABLECIDAS POR LA COLONIA ESPAÑOLA. ELLA FUE, BAJO LA REPÚBLICA, PROPIEDAD PRIVADA DEL HOMBRE, CONSIDERADA COMO UN SER INFERIOR Y DESTINADO A PROCREAR HIJOS, COMO LO MANDABA LA PODEROSA IGLESIA CATÓLICA.

LA CAMPESINA LATINOAMERICANA ERA OBLIGADA A AMASAR PAN EN LOS LATIFUNDIOS Y PARCELAS, HACER DE COMER EN LAS HACIENDAS, ORDEÑAR, HACER MANTECA, QUESOS, ESQUILAR, COSER. EN ALGUNOS LATIFUNDIOS, PERCIBÍA UN SALARIO AL REALIZAR TRABAJOS DE TEMPORADA.

EN EFECTO, UN SECTOR DE FÉMINAS, AUNQUE MINORITARIO, HABÍA SIDO INCORPORADO AL RÉGIMEN DEL ASALARIADO A MEDIDA QUE SE FUERON GENERALIZANDO LAS RELACIONES SOCIALES DE PRODUCCIÓN CAPITALISTA EN ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA.

7. IBID., p.22

LA MAYORÍA DE ELLAS HACÍA UN TRABAJO NO REMUNERADO EN LAS EXPLOTACIONES DE TIPO FAMILIAR QUE COMENZARON A PROLIFERAR EN EL CAMPO. TAMBIÉN REALIZABAN UNA LABOR NO PAGADA EN LOS TALLERES ARTESANALES DIRIGIDOS POR SUS PADRES, PEQUEÑAS EMPRESAS QUE SE EXPANDIERON PARA ATENDER LOS REQUERIMIENTOS DE LAS CIUDADES EN CRECIMIENTO. ADEMÁS, APARECE EN ESA ÉPOCA OTRO ELEMENTO FEMENINO INNOVADOR, LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LAS MINORÍAS ÉTNICAS Y DE LA ASPIRACIÓN NACIONALISTA DE LOS PUEBLOS OPRIMIDOS, SEGÚN SE INDICA EN EL LIBRO HISTORIA Y SOCIOLOGÍA DE LA MUJER LATINOAMERICANA, DE LUIS VITALE.

LA INSERCIÓN DE LA MUJER EN LA ESTRUCTURA DE CLASES PUEDE SEÑALARSE EN DOS FASES: A) DE 1900 A 1930 EN QUE SE MANTUVO BÁSICAMENTE EXPLOTADA EN EL CAMPO Y LOS TALLERES ARTESANALES, Y B) DE 1930 EN ADELANTE EN QUE SE INCORPORÓ MASIVAMENTE A LA INDUSTRIA, AL COMERCIO Y A LOS SERVICIOS PÚBLICOS; CABE MENCIONAR QUE A PARTIR DE ESA ÉPOCA INFLUYÓ TAMBIÉN EL MOVIMIENTO FEMINISTA QUE SURGIÓ EN FRANCIA CON FLORA TRISTÁN, JEANNE DEROIN, PAULINE ROLAND Y GEORGE SAND, Y QUE PASÓ A ESTADOS UNIDOS CON MARGARET FULLER, QUIEN DIJO QUE LA LIBERACIÓN DE LAS MUJERES SÓLO PUEDEN LOGRARLA LAS MUJERES MISMAS.

FUE EN 1916 CUANDO LAS MUJERES SE ORGANIZARON PARA COMBATIR POR SUS DERECHOS Y CELEBRARON EN MÉRIDA, YUCATÁN, EL - PRIMER CONGRESO FEMINISTA. PARTICIPARON EN FORMA MASIVA EN LA REVOLUCIÓN MEXICANA; JUNTO A EMILIANO ZAPATA COMBATIÓ "LA CHINA" AL MANDO DE UN BATALLÓN INTEGRADO POR VIUDAS, HIJAS Y HERMANAS DE CAMPESINOS, SIN EMBARGO LOS AUTORES DE LA CONSTITUCIÓN DE 1917 LES NEGARON EL DERECHO AL VOTO, EL CUAL SE -- DIO HASTA 1953.

DESPUÉS DE 1921 EMPEZÓ A INTEGRARSE AL MERCADO DE TRABAJO, DADO EL IMPULSO A LA INDUSTRIALIZACIÓN EN EL PAÍS. DICHA INCLUSIÓN RESULTA POSITIVA EN CUANTO A SU DESARROLLO COMO SER HUMANO, PERO SE VE LIMITADA CUANDO LA ACTIVIDAD REMUNERADA NO LA EXIME DE LAS LABORES DOMÉSTICAS Y LE REPRESENTA DOBLE JORNADA DE TRABAJO.

SIN EMBARGO, ESE CASO NO ES DE APLICACIÓN GENERAL, PUES INTERVIENEN LOS DIFERENTES ESTRATOS SOCIALES DONDE SE PERCI BE Y SE POSIBILITA EL AVANCE Y DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL DE MUJERES DE CLASE ALTA Y MEDIA GRACIAS AL APOYO DE OTRAS - DE CLASE BAJA; ÉSTAS EN SU MAYORÍA EMIGRADAS A LAS CIUDADES DE LAS ZONAS AGRÍCOLAS MÁ S POBRES EN BUSCA DE UN TRABAJO REMUNERADO QUE SE TRADUCE EN TAREAS TRADICIONALES COMO EL ASEO DE LA CASA Y LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS.

A PARTIR DE LA DÉCADA DE LOS TREINTAS, EN QUE COMIENZA A SURGIR LA INDUSTRIA DE SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES EN MÉXICO, LA MUJER SE INCORPORA A LAS FÁBRICAS, ESPECIALMENTE -- TEXTILES Y DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LO CUAL DA COMO RESULTADO UN CONSIDERABLE CRECIMIENTO DEL SECTOR DE MUJERES ASALARIADAS QUE DESPUÉS, A RAÍZ DEL REQUERIMIENTO DE LA MANO DE OBRA "CALIFICADA" EN LA DÉCADA DE LOS 60 QUE DEMANDÓ LA MODERNA INDUSTRIA, HIZO QUE LA MUJER SE DESPLAZARA AL ÁMBITO DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS O AL TRABAJO POR CUENTA PROPIA.

ESE PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN ACELERÓ LA MIGRACIÓN CAMPO-CIUDAD HACIENDO CRECER NOTORIAMENTE EL LLAMADO SECTOR TERCIARIO (COMERCIO, ESPECIALMENTE). ASÍ PUES, LAS MUJERES FUERON CONTRATADAS CON SALARIOS MÁS BAJOS EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES, SOBRE TODO TEXTILES Y DE ALIMENTACIÓN. TAMBIÉN SE INCORPORARON EN FORMA MASIVA A LOS COMERCIOS Y OTRAS ACTIVIDADES URBANAS, LA SALUD, LA EDUCACIÓN Y LAS OFICINAS PÚBLICAS.

EN EL X CENSO GENERAL DE POBLACIÓN REALIZADO EN 1980, SE INDICA QUE LA FUERZA DE TRABAJO DEL PAÍS ESTABA COMPUESTA POR 44.0 MILLONES DE PERSONAS. DE ELLAS, 31.8 MILLONES ERAN HOMBRES Y 12.2 MILLONES MUJERES, LO QUE EN NÚMEROS RELATIVOS CORRESPONDEN A 72.3% Y 27.7%, RESPECTIVAMENTE.

"LAS ENTIDADES QUE CUENTAN CON LAS MÁS ALTAS TASAS DE PARTICIPACIÓN FEMENINA SON: EL DISTRITO FEDERAL (29.7), NUEVO LEÓN (20.1) Y BAJA CALIFORNIA (18.1). LAS QUE OSTENTAN -- LAS MÁS BAJAS SON: TLAXCALA (10.5), YUCATÁN (10.2) Y ZACATECAS (9.1)".⁸

AHORA BIEN, EL PROBLEMA DE LA MUJER NO SE LIMITA A CUESTIONES DE OPRESIÓN INDIVIDUAL O PSICOLÓGICA, SINO QUE LA EXPLOTACIÓN ECONÓMICA DE LA MUJER TRASCIENDE AL CONJUNTO DE LA FORMACIÓN SOCIAL, LO CUAL DERIVA TAMBIÉN EN EL PROCESO DE -- ACUMULACIÓN CAPITALISTA MUNDIAL QUE SE BENEFICIÓ CON LA APERTURA DE CAMPOS DE ACCIÓN PROFESIONAL PARA LA MUJER, Y DEJAR A UN LADO CARRERAS TRADICIONALES COMO LA DE MAESTRA QUE DURANTE AÑOS OCUPÓ A GRAN NÚMERO DE ELLAS.

ESO TAMBIÉN OCASIONÓ QUE LA POLÍTICA DEL GOBIERNO MEXICANO PUSIERA ATENCIÓN A LA MUJER, CON AMPLIA DISPOSICIÓN A -- ABRIR CANALES DE INTEGRACIÓN MEDIANTE PROGRAMAS, ACTIVIDADES Y PLANES EXCLUSIVOS PARA ELLAS, QUIENES TIENEN UN MARCO JURÍDICO DIFERENTE, ACTITUDES PSICOLÓGICAS DIVERSAS QUE EN OCASIONES SE COMPARAN CON EL TRATO A LOS JÓVENES O A LOS CAMPESINOS.

8. ELU DE LEÑERO, MARÍA DEL CARMEN. EL TRABAJO DE LA MUJER EN MÉXICO, ED. IMES, 1975, p.167.

ES DECIR, A LAS MUJERES SE LES TRATA COMO A UN SECTOR -
POLÍTICO-SOCIAL O UN GRUPO HETEROGÉNEO, COMO SI FUERA DIFE--
RENTE AL RESTO DE LA SOCIEDAD, PERO ESO ES PARTE DEL ORIGEN
CLASISTA DE LA SOCIEDAD MISMA, QUE, ENTRE MÁSCARAS, ABRE AL-
TERNATIVAS PARA SU DESARROLLO, PERO ÉSAS YA ESTÁN DADAS, SE
LES MANIPULA Y LIMITA HACIA LO QUE LA SOCIEDAD QUIERE DAR---
LES, APROVECHANDO LA FALTA DE UNA PERSPECTIVA POLÍTICA QUE -
LAS MOVILICE Y ORGANICE EN SU RELACIÓN CON EL TRABAJO REMUNE-
RADO Y EL DOMÉSTICO.

EN CONCLUSIÓN, LA HISTORIA DEL TRABAJO DE LA MUJER SE -
REMONTA DE LAS TAREAS DOMÉSTICAS TRADICIONALES QUE LA MANTU-
VIERON ALEJADA DE CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD EXTERNA, PASANDO
DESPUÉS A SU INCLUSIÓN AL EMPLEO REMUNERADO, POR UN LADO EN
RESPUESTA A LA NECESIDAD DE MAYORES INGRESOS EN EL HOGAR, Y
POR OTRO, A PONER EN PRÁCTICA SU PREPARACIÓN ACADÉMICA, QUE
JUNTO A SU RESPONSABILIDAD COMO AMA DE CASA, ESPOSA Y MADRE,
LA CONVIERTE EN DOBLE JORNALERA.

A PESAR DE OCUPAR PUESTOS QUE DURANTE DÉCADAS LE ESTU-
VIERON VETADOS, TODAVÍA NO OBTIENE LA SUFICIENTE CONFIANZA
DE LA SOCIEDAD EN SU POTENCIAL DE MANDO, PARA PERMITIRLE DE
SARROLLAR ACCIONES DE ALTA JERARQUÍA, POR LO QUE TAN SÓLO -
SE QUEDA CON PUESTOS DE BAJO RANGO.

CAPITULO NUM. 2

EL PERIODISMO Y LA INTEGRACION DE LA MUJER

DE ACUERDO A LA EXPANSIÓN DE POSIBILIDADES DE TRABAJO -- PARA LA MUJER, LAS UNIVERSIDADES COLABORARON AL ABRIR SUS -- PUERTAS Y AMPLIAR EL CAMPO DE ELECCIÓN DE CARRERA, PARA ROMPER LAZOS BASTANTE ESTRECHOS CON TAREAS RELACIONADAS A LA -- EDUCACIÓN, LA PEDAGOGÍA Y LA ENFERMERÍA QUE HAN SIGNIFICADO SU PAPEL HISTÓRICO, AL CUMPLIR CON LA EDUCACIÓN DE LOS NIÑOS Y CON EL CUIDADO DE ENFERMOS Y ANCIANOS.

EN ESTE CAPÍTULO SE REFIEREN ALGUNOS ANTECEDENTES DE LA ACTIVIDAD QUE LA MUJER HA DESARROLLADO EN EL PERIODISMO, SUS PRIMERAS INTERVENCIONES CORRESPONDIERON A MUJERES NO EGRESADAS DE UNIVERSIDADES, QUE CON EL DESEO DE SERVIR A LA COMUNIDAD, O BIEN DE MANIFESTAR SU INQUIETUD HACIA LA LIBERACIÓN DE LA MUJER, TOMARON LA PLUMA PARA ALCANZAR SUS IDEALES.

ASIMISMO, SURGIERON EN EL DIARISMO LAS MUJERES LITERARIAS QUE AL MISMO TIEMPO QUE ESCRIBÍAN UN LIBRO, DEDICABAN Y SIGUEN DEDICANDO TIEMPO PARA INCLUIR SUS ARTÍCULOS EN DIVERSAS PUBLICACIONES, CON LO QUE CONSTITUYEN UN GRUPO MÁS DE MUJERES INQUIETAS POR MANIFESTARSE DE ALGÚN MODO EN EL AMBIEN-

TE DEL PERIODISMO.

COMO SE HA DICHO, LA ACTIVIDAD DE LA MUJER SE AMPLIÓ AL MISMO TIEMPO QUE SE DIFUNDIÓ EN TODO EL MUNDO SU ACCIÓN, HASTA LLEGAR A DISEMINARSE POR EUROPA UN MOVIMIENTO EN PRO DE SU SUPERACIÓN, EL CUAL REPERCUTIÓ HACIA EL SIGLO XIX EN LA APARICIÓN DE MAYOR NÚMERO DE PUBLICACIONES QUE MANIFIESTAN LAS INQUIETUDES Y EL PANORAMA SOCIAL QUE LE RODEA.

ESTE TIPO DE PUBLICACIONES SE VIERON FAVORECIDAS POR EL MARCO EN EL QUE SE DIO EL MOVIMIENTO DE LIBERACIÓN FEMENINA EN EL ANTIGUO CONTINENTE, COMO LA GAZETTE DES FEMMES (1836-1848) QUE PUBLICÓ UNA CARTA DE LOS DERECHOS Y LOS DEBERES DE LAS MUJERES. EN ELLA RECLAMABA, SOBRE TODO, LA APERTURA DE LOS EMPLEOS PÚBLICOS.

"EN 1869, LEÓN RICHER FUNDÓ LA LIGA DEL DERECHO DE LAS MUJERES Y LA REVISTA LE DROIT DES FEMMES, QUE TODAVÍA EXISTEN. EL PERIÓDICO LA CITOYENNE, FUNDADO POR HUBERTINE -- AUCLERT EN 1881, QUE PEDÍA LOS DERECHOS PÚBLICOS DE LAS FÉMINAS, Y EN 1867, MARGARITA DURAND, MIEMBRO DEL SINDICATO DE DIRECTORES DE PERIÓDICOS DE FRANCIA, FUNDÓ "LA FRONDE"."⁹

9. MICHEL, ANDREE. "EL FEMINISMO", FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, MÉXICO, 1983, P.90.

LA MUJER, SOBRE TODO DE CLASE MEDIA Y ALTA, EN SU BÚS--
QUEDA DE NUEVAS POSIBILIDADES Y CAMINOS PARA DESENVOLVERSE -
EN LA SOCIEDAD, ENCUENTRA COMO ALTERNATIVA A LAS CARRERAS --
TRADICIONALES COMO PEDAGOGÍA Y ENFERMERIA; NO OBSTANTE TAM--
BIÉN DESCUBRE LA PSICOLOGÍA Y EL PERIODISMO.

DE ESA MANERA, FUE ATRACTIVA PARA ELLAS EL PERIODISMO,
NO SÓLO POR TENER UN FORO PARA MANIFESTAR SU VISIÓN DEL PANO
RAMA NACIONAL, SINO PARA CONVERTIRSE EN ENTES DE CRÍTICA Y -
DEJAR ATRÁS EL PLANO DE OBSERVADORAS PASIVAS; A ESA INQUIE--
TUD SE SUMÓ LA APARICIÓN DE ESCUELAS DE PERIODISMO, COMO RES
PUESTA A LA NECESIDAD SOCIAL DE PREPARAR GENTE EN ESE CAMPO,
MISMO QUE CON EL AVANCE DE LA TECNOLOGÍA ABRAZÓ A LA RADIO Y
LA TELEVISIÓN.

ASÍ, TOMÓ LA LABOR CON IGUAL PROFESIONALISMO QUE EL - -
HOMBRE, EN UNA COMUNIÓN QUE HIZO QUE LAS MUJERES PERIODISTAS
DE LOS AÑOS 50 SE CREARAN CIERTA FAMA DE ANTIFEMENINAS, HOM-
BRUNAS, CALIFICADAS ASÍ POR UNA SOCIEDAD MACHISTA, RENUENTE
A ACEPTARLAS EN ESTA FUENTE.

ESO NO ES TODO, CUANDO LLEGÓ AL PERIODISMO, SE ENCON--

TRÓ TAMBIÉN CON LIMITANTES, AQUELLAS QUE LA CIRCUNSCRIBÍAN A TEMAS CONSIDERADOS SOLAMENTE "FEMENINOS" COMO ESPECTÁCULOS, O FRÍVOLOS COMO ES EL CASO DE "SOCIALES".

SIN EMBARGO, LA MUJER SE ABRIÓ PASO EN EL PERIODISMO -- HASTA LLEGAR A CUBRIR TODAS LAS FUENTES INFORMATIVAS, AUNQUE ES DE RECONOCER QUE SE GUARDA AÚN RESERVA RESPECTO A LA NOTA ROJA Y DEPORTES.

EN ESTE MARCO, INFORMACIÓN GENERAL Y DEPORTES, SON DOS RAMAS DEL PERIODISMO QUE SE HAN ABIERTO AL ACCESO DE LA MUJER, PERO TODAVÍA EXISTEN RESTRICCIONES POR PARTE DE ALGUNOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE LA MANTIENEN AL MARGEN, O BIEN -- TRABAJANDO SIN LA MENOR OPCIÓN DE OCUPAR UN PUESTO DE ALTA - JERARQUÍA.

DEPORTES POR EJEMPLO, ES CUBIERTO POR MUJERES EN PRENSA ESCRITA, SIN EMBARGO LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS AÚN NO LES PERMITEN SER CRONISTAS DE PARTIDOS DE FUTBOL AMERICANO O SOCCER NI TAMPOCO DE JUEGOS DE TENIS, QUE EN LOS MEDIOS IMPRESOS CA SI SIEMPRE SE LES DESTINA.

ESTO NO SUCEDE EN OTROS PAÍSES. POR EJEMPLO, SI HABLAMOS DE ESTADOS UNIDOS, AHÍ SÍ OCUPA TITULARIDADES DE NOTICIA

RIOS Y PUESTOS RELEVANTES EN PERIÓDICOS (SIN LIMITARSE A SER REPORTERA). EN FIN, TIENE OPCIONES DE DESARROLLO, COSA QUE NO SUCEDE EN MÉXICO SALVO CONTADAS EXCEPCIONES, PUES AUNQUE LA MUJER TENGA LA SUFICIENTE EXPERIENCIA EN DETERMINADO MEDIO DE COMUNICACIÓN O ESPECIALIDAD EN ALGÚN TEMA O ACTIVIDAD, SI EL PUESTO ESTÁ VACANTE NO SE LE LLAMA A OCUPARLO O SE PREFERE A UN HOMBRE AUNQUE CAREZCA DE LOS CONOCIMIENTOS PARA DESEMPEÑAR EL CARGO,

EJEMPLOS DE ESTO SUCEDEN A MENUDO EN LOS DIARIOS. A DECIR DE PATRICIA BERUMEN, EX REPORTERA DE TELEVISIÓN Y ACTUAL COMENTARISTA DE IMEVISIÓN, ESTO TAMBIÉN SUCEDE CON FRECUENCIA EN TELEVISIÓN; UN CASO, EL DE ROCÍO VILLAGARCÍA EN ANTENA 5, CUANDO RENUNCIÓ EL DIRECTOR DEL NOTICARIO ELLA ESPERABA EL NOMBRAMIENTO, CON BASE EN SU EXPERIENCIA Y LOS AÑOS DE TRABAJO EN ESA EMISIÓN, PERO NO FUE ASÍ Y LLEGÓ AL PUESTO UN HOMBRE DE RECIENTE INGRESO A LA EMPRESA.

ESTÁ DEMOSTRADO QUE LAS MUJERES PUEDEN NARRAR O ESCRIBIR LA CRÓNICA DE UN PARTIDO DE FUTBOL AÚN CUANDO JAMÁS LO HAYAN JUGADO, Y SU NOTA ES IGUAL DE ACEPTABLE, PORQUE EL HECHO DE NO HABER PRACTICADO UN DEPORTE DETERMINADO NO SIGNIFICA QUE NO PUEDA ESCRIBIRLO, ESO ES PARTE DEL OFICIO, CONOCER Y ADENTRARSE EN LAS DIVERSAS FUENTES, QUE AUNQUE ESTAN DIS-

TRIBUÍDAS, SE TIENE ACCESO A TODAS EN LAS GUARDIAS Y EN LAS SUPLENCIAS. CASOS ESPECÍFICOS QUE AVALAN ESTA AFIRMACIÓN -- SON LOS DE ANA MARÍA ROBLES (PERIÓDICO ESTADIO, YA DESAPARECIDO), ROSALINDA CORONADO (PERIÓDICO ESTO), MERCEDES CASTRO (EL DÍA), Y GUADALUPE MARRÓN (EL HERALDO).

AÚN CUANDO LA CARRERA DE PERIODISMO EMPEZÓ EN 1949 EN LA ESCUELA "CARLOS SEPTIÉN", FUE HASTA LOS AÑOS 70 CUANDO LA MUJER SE INTEGRÓ DE LLENO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ATRAÍDA POR LAS NUEVAS POSIBILIDADES DE ACCIÓN QUE BRINDÓ LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, DE AHÍ QUE SE REGISTRARAN ALTAS CIFRAS DE EGRESADAS DURANTE DICHO PERIODO.

PERO, COMO TODO, LAS OPINIONES SE DAN DE ACUERDO AL MARCO SOCIAL QUE PREVALECE EN LA ÉPOCA, DE AHÍ QUE SE LEAN EXPRESIONES COMO LA DE BERTHA HIDALGO MONDRAGÓN EN SU LIBRO -- LA MUJER EN EL PERIODISMO:

"LA MUJER MEXICANA AL COLABORAR CON ENTUSIASMO EN EL PERIODISMO NACIONAL, SABE ESTAR A LA ALTURA DE SU DEBER, TRABAJA CON EL ENGRANDECIMIENTO DE LA PATRIA, DESARROLLANDO UNA OBRA CONSTRUCTIVA ENCAMINADA AL MEJORAMIENTO DEL NIVEL SOCIAL, CULTURAL Y SOBRE TODO MORAL DE LAS MUJERES Y NIÑOS EN, Y DESDE LAS COLUMNAS DEL DIARIO Y REVISTAS, DONDE PODRÁ DEFENDER SUS IDEAS, SIN MÁS ARMA QUE LA PLUMA COMO INTÉRPRETE LEAL

DEL PENSAMIENTO LIMPIO, RECTO Y DEFINIDO".¹⁰

EN LA RADIO, LAS VOCES DE MUJERES COMENZARON A ESCUCHAR SE EN PERSONAJES DE COMEDIAS, ANUNCIOS COMERCIALES, O BIEN, EN PROGRAMAS DE CORTE FEMENINO (LA DOCTORA CORAZÓN), DONDE - EL CONTENIDO SE CIRCUNSCRIBÍA A RECETAS DE COCINA, CONSEJOS DE BELLEZA Y ORIENTACIÓN PARA LA EDUCACIÓN DE LOS HIJOS. ES DECIR, UN MARCO AL PAPEL HISTÓRICO DE LA MUJER; POSTERIORMENTE, ABARCARON TAMBIÉN LOS NOTICIARIOS.

POR LO QUE A TELEVISIÓN SE REFIERE, SON MUCHAS LAS QUE TRABAJAN EN NOTICIARIOS COMO REPORTERAS QUE BUSCAN LA ENTREVISTA O REALIZAN EL REPORTAJE EN DIFERENTES FUENTES, PERO -- AÚN NO LOGRAN COLOCARSE AL FRENTE DE UNA EMISIÓN CON RELEVANTE SENTIDO SOCIAL, CULTURAL, DEPORTIVO O INFORMATIVO, SALVO CONTADAS EXCEPCIONES, COMO EL CASO DE SARA MOIRÓN, EX JEFA - DE NOTICIARIOS DE IMEVISIÓN.

PARA INGRESAR A LA TELEVISIÓN, LA PREPARACIÓN O EXPERIENCIA EN MATERIA DE COMUNICACIÓN PASA A SEGUNDO TÉRMINO. - LO PRIMERO ES TENER BUEN FÍSICO, EXIGENCIA QUE SOCIALMENTE -

10. HIDALGO Y MONDRAGÓN, BERTHA. LA MUJER EN EL PERIODISMO, MÉXICO 1947.

LE HA SIDO IMPUESTA PARA SER TOMADA EN CUENTA, O BIEN RECIBIR APOYO DE ALGÚN CONOCIDO. DE AHÍ QUE EN LOS NOTICARIOS, DIRIGIDOS SIEMPRE POR HOMBRES, SEAN MUJERES BELLAS LAS QUE - EN MUCHOS CASOS REDUCEN SU CARRERA DE PERIODISTAS A LA DE -- SIMPLES LECTORAS DE NOTICIAS, DONDE LO IMPORTANTE ES EL MA--QUILLAJE NOTORIO, LOS ACCESORIOS Y LA SONRISA CÁNDIDA.

EN LA TELEVISIÓN DEL ESTADO TUVO CABIDA CON RÉPLICA DEL SISTEMA IMPUESTO POR LA CADENA PRIVADA A MANERA DE ESTEREOTIPO DE LA PANTALLA CHICA: MUJERES BELLAS. POR LO MENOS TUVO AHÍ LA OPORTUNIDAD DE DEMOSTRAR SU CAPACIDAD Y VERSATILIDAD PARA ABRIRSE CAMPO EN UNA SERIE DE PROGRAMAS CON TEMAS CULTURALES DE CRÍTICA Y ANÁLISIS CONducidos POR MARTHA DE LA LAMA Y PATRICIA BERUMEN, QUIEN POR CIERTO SE HIZO EN TELEvisa, O BIEN EN ENTREVISTAS Y REPORTAJES DE ANÁLISIS SOBRE PROBLEMAS COMUNES DE NUESTRA CIUDAD, COMO CRISTINA PACHECO QUE ANTE TO DO PERTENECE A PRENSA ESCRITA, O VERÓNICA RASCÓN.

SIN DUDA, ÉSTE FUE UN PRINCIPIO DE LA COSECHA QUE LA MUJER MODERNA COMIENZA A LEVANTAR, TRAS DEJAR EN SU CAMINO HUELLAS QUE MARGARET RANDALL DESCRIBE ASÍ EN SU LIBRO "NO SE -- PUEDE HACER LA REVOLUCIÓN SIN NOSOTRAS":

"EL PROBLEMA DE LA MUJER EN AMERICA LATINA ES - UN PROBLEMA DE CLASE, IGUAL QUE EN EL RESTO DEL

MUNDO, Y ADEMÁS UN PROBLEMA DE CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS QUE SURGEN DE LA HISTORIA DEL PA--
PEL TRADICIONAL DE LA MUJER, DE SU ABUSO Y DE
OPRESIÓN".¹¹

TAL AVANCE CORRESPONDE A LA NECESIDAD PERSONAL DE LA MU
JER POR TOMAR LAS ALTERNATIVAS QUE EL TRABAJO LE PRESENTA, -
SIN LIMITARSE A LAS LABORES DE CASA O DE DOCENCIA. EN EL --
CAMPO DE LA COMUNICACIÓN, QUE ES EL QUE NOS OCUPA, ELLA CUM-
PLE CON LAS JORNADAS LABORALES, HACE GUARDIAS, CUBRE LA IN--
FORMACIÓN QUE SE REQUIERE, Y NO SE PUEDE NEGAR QUE EN TAL --
IGUALDAD DE CIRCUNSTANCIAS CON EL HOMBRE TAMBIÉN EN MÚLTI---
PLES CASOS SE OLVIDA DE LA IMPORTANCIA SOCIAL QUE TIENEN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Y SE PRESTA AL COHECHO Y A LA PREPO-
TENCIA.

ESTE CASO, COMO CUALQUIER OTRO, NO SE PRESTA A LA GENE-
RALIZACIÓN. POR ELLO ES EXPLICABLE QUE MIENTRAS ALGUNAS BUS
CAN CAMBIAR AQUELLA IMAGEN DE DEPENDENCIA, PASIVIDAD, CONFOR
MISMO Y SUMISIÓN QUE MEDIATIZA SU PARTICIPACIÓN EN LA SOCIE-

11. RANDALL, MARGARET. NO SE PUEDE HABLAR DE LA REVOLU---
CIÓN SIN NOSOTRAS. SERIE TESTIMONIAL, COLEC. NUESTROS
PAÍSES, CUBA. P.16, 1978.

DAD, OTRAS NO TIENEN CONCIENCIA DE LA PROBLEMÁTICA, PERMITEN Y APOYAN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE USAN Y ABUSAN DE -
ELLAS, SÓLO PARA FINES PUBLICITARIOS.

DE AHÍ QUE LAS MUJERES, JUNTO CON LOS NIÑOS, SEAN EL --
PRINCIPAL DESTINATARIO DE LOS ANUNCIOS, EMISORAS DE RADIO Y
TELEVISIÓN QUE TIENDEN A REFORZAR, EN SU MAYORÍA, PAPELES --
TRADICIONALES Y A ACENTUAR LA IDEOLOGÍA CONSUMISTA DE LOS --
GRUPOS DE ALTOS INGRESOS.

EN LA BIBLIOGRAFÍA SOBRE LA MUJER, EDITADO POR CONAPO -
SE SEÑALA AL RESPECTO:

"LOS PROGRAMAS DE ORIENTACIÓN SE LIMITAN A TEMAS
RELACIONADOS CON LAS TAREAS DOMÉSTICAS Y ES IN--
SIGNIFICANTE EL NÚMERO DE AQUELLOS ORIENTADOS A
PROMOVER UNA EDUCACIÓN E INFORMACIÓN MÁS AMPLIA
QUE TIENDA AL ADELANTO TANTO DE LA MUJER COMO --
DEL RESTO DEL PÚBLICO".¹²

TODAVÍA MUCHAS MUJERES RESPONDEN AL HECHO DE SER UN OB-

12 BIBLIOGRAFIA SOBRE LA MUJER EN MÉXICO: CONAPO 1984. CON-
SEJO NACIONAL DE POBLACIÓN. P.99

JETO DE CONSUMO, UN MOTIVO DE EXPLOTACIÓN NO SÓLO FÍSICA -- SINO SICOLÓGICAMENTE, YA QUE ACEPTAN LAS CONDICIONES DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN, LOS CUALES REFLEJAN -- EL SENTIR DE LA SOCIEDAD MISMA, CONSUMISTA Y POCO AFECTA LA CRÍTICA.

RESULTA PARADÓJICO QUE EL NÚMERO DE MUJERES ESTUDIAN-- TES AUMENTEN EN LAS UNIVERSIDADES, Y SIN EMBARGO NO DESCIEN DE EL DE AQUELLAS ATENTAS A LAS TELENOVELAS Y OTROS PROGRA-- MAS INTRASCENDENTES Y FATUOS. ASÍ "LA IMAGEN DE LA MUJER - EN LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN COMERCIALES, SI BIEN ESTEREOTIPA-- DA NO ES POR COMPLETO AJENA A LOS USOS Y COSTUMBRES DE LA - SOCIEDAD, QUE DESARROLLA ENTRE SUS MIEMBROS CARACTERÍSTICAS POLARES QUE POR SU FRECUENCIA SON SANCIONADAS COMO NORMALES PARA EL COMPORTAMIENTO DE LOS SEXOS: LA FEMINIDAD Y LA VIRIL LIDAD. LA PRIMERA QUE SE DESARROLLA EN LAS MUJERES, CORRESP PONDE A UN CARÁCTER SUMISO, DEPENDIENTE, EMOTIVO, INEFICIE NTE Y FRÁGIL. LAS CARACTERÍSTICAS DE LA VIRILIDAD, EN CAMBIO, SE ASOCIAN AL AUTORITARISMO, LA INDEPENDENCIA, LA FUERZA Y LA EFICIENCIA. LOS VALORES SOCIALMENTE ACEPTADOS EN - LA MUJER SON LA BELLEZA Y LA ABNEGACIÓN".¹³

DURANTE LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE MIGUEL DE LA MADRID, SE DEDICÓ UNA CONSULTA POPULAR A LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER 1982-1988, EN LA QUE LAS EXPONENTES ACTIVAS EN LAS RAMAS DE LA POLÍTICA, EL ARTE, LA LITERATURA, EL PERIODISMO Y LA SOCIOLOGÍA ENTRE OTRAS, MANIFESTARON SU POSICIÓN Y PLENA DISPOSICIÓN PARA MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LA MUJER MEXICANA Y SU SOCIEDAD, CORRER LA GRUESA CORTINA QUE CUBRE SU VERDADERA VALÍA ANTE EL HOMBRE. LO CUAL NO ES MÁS QUE LA RATIFICACIÓN DE UNA POLÍTICA SECTORIAL, DE GRUPO, TAL COMO SE HACE CON LOS CAMPESINOS, LOS OBREROS O LOS ARTESANOS.

MARÍA DE LA LUZ LAJOUS, ASESORA DE LA SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, DURANTE SU INTERVENCIÓN EN LA CONSULTA POPULAR CON EL TEMA LIBERACIÓN SOCIAL DE LA MUJER, EXPRESÓ LO SIGUIENTE:

"LAS MUJERES DE MÉXICO REPRESENTAN A MÁS DE LA MITAD DE LA POBLACIÓN. SU CONDICIÓN, LEJOS DE VERSE COMO UN PROBLEMA, DEBE SER ENFOCADA COMO COMPONENTE FUNDAMENTAL DE LA PRINCIPAL RIQUEZA DE LAS NACIONES: SU PUEBLO, SUS RECURSOS HUMANOS. PERO ESTO SÓLO SERÁ VÁLIDO SI TODOS, HOMBRES Y MUJERES SOMOS JUSTAMENTE INTEGRADOS, PARTICIPANTES ACTIVOS EN LA FORJA DEL DESARROLLO. ES EVIDENTE QUE EL PROCESO DE AVANCE EN EL QUE NOS ENCONTRAMOS EMPEÑADOS AÚN NO HA LOGRADO BENEFICIOS EQUITATIVOS PARA TODA LA POBLACIÓN. PERSISTEN INJUSTICIA Y -

DESIGUALDAD ENTRE LAS REGIONES, ENTRE LA CIUDAD Y EL CAMPO, ENTRE LAS CLASES SOCIALES Y, DE MANERA IGUALMENTE CLARA, ENTRE LOS SEXOS".¹⁴

POR SU PARTE, BEATRIZ REYES NEVARES, EX DIRECTORA DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA, HIZO HINCAPIÉ EN LA OTRA VERTIENTE DE LA MUJER COMO MÉDULA DE LA FAMILIA, TRANSMISORA DE CULTURA Y CONOCIMIENTOS A LOS HIJOS, PARA PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN LAS GRANDES TAREAS NACIONALES, INTELLECTUALES, POLÍTICAS Y SOCIALES, TAL COMO SE ANOTA:

"PERO SEGUIMOS SIENDO EN OTRO CAMPO, TERRIBLEMENTE PASIVAS; LAS REVISTAS FEMENINAS, LA RADIO Y LA TELEVISIÓN NOS CONFORMAN Y NOS DEFORMAN".¹⁵

14 CONSULTA POPULAR. PARTICIPACIÓN DE LA MUJER 1982-1988.

15 IBID., P.49

CAPITULO NUM. 3

LA FORMACION DE LA MUJER PERIODISTA

LOS ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA UNIVERSIDAD SE REMONTAN AL 21 DE SEPTIEMBRE DE 1551 CUANDO SE FUNDÓ EN NUESTRO PAÍS, ENTONCES CAPITAL DEL VIRREINATO DE NUEVA ESPAÑA, LA REAL UNIVERSIDAD DE MÉXICO. ESTA NACIÓ CON LA MISMA TENDENCIA QUE HABÍA CARACTERIZADO LOS ESTUDIOS QUE SURGIERON EN LA EUROPA MEDIEVAL, ES DECIR BAJO TOTAL PROTECCIÓN Y DOMINIO ECLESIAÍSTICO, POR LO QUE SU ACCIÓN SE RESERVÓ EXCLUSIVAMENTE PARA LOS VARONES.

EN SU LIBRO HISTORIA COMPARADA DE LA EDUCACIÓN EN MÉXICO, FRANCISCO LARROYO, SEÑALA QUE:

"EN EL SIGLO XVI SÓLO HABÍA TRES INSTITUCIONES -- QUE ATENDÍAN, AUNQUE CON GRANDES DEFICIENCIAS, LA EDUCACIÓN ELEMENTAL DE LA MUJER: EL ORFANATO PARA LAS NIÑAS, AL QUE SE DIO EL NOMBRE DE COLEGIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA CARIDAD; LAS ESCUELAS DE -- "AMIGA", Y LOS CONVENTOS DE RELIGIOSAS".¹⁶

16 LARROYO, FRANCISCO. HISTORIA COMPARADA DE LA EDUCACIÓN EN MÉXICO, ED. PORRÚA, P.103

A LA MUJER SE LE PRESENTABAN POCAS ALTERNATIVAS, O RESIGNARSE CUANDO MÁ S A RECIBIR LA INSTRUCCIÓN ELEMENTAL, O DEDICARSE POR EL RESTO DE SU VIDA A LAS TAREAS DOMÉSTICAS, O INCORPORARSE A LA VIDA RELIGIOSA CON EL CONSECUENTE RENUNCIAMIENTO AL MUNDO EXTERNO Y LA ACEPTACIÓN DE LA ESTRICTA DISCIPLINA MONÁSTICA.

CASO EXCEPCIONAL ES JUANA DE ASBAJE, QUIEN SE LANZÓ EN BUSCA DEL DERECHO FEMENINO PARA RECIBIR EDUCACIÓN SUPERIOR. ANTE TAL ANHELO, SOR JUANA PIDIÓ A SU MADRE CAMBIARA VESTIMENTA DE MUJER POR LAS DE HOMBRE PARA PODER ACUDIR A LAS AULAS DE LA UNIVERSIDAD. EL IDEAL DE SOR JUANA SOBRE EL DERECHO DE LA MUJER A LA EDUCACIÓN SUPERIOR SE REFLEJA CLARAMENTE EN SU RÉPLICA AL SERMÓN DEL PADRE VIEYRA Y EN RESPUESTA A SOR FILOTEA.

AL NO RECIBIR LA MUJER EDUCACIÓN CON IGUAL INTENSIDAD QUE EL HOMBRE, PERDIÓ POCO A POCO LA IMPORTANCIA Y EL PAPEL PRIMORDIAL QUE OCUPABA EN LAS ECONOMÍAS AGRARIAS Y MERCANTILES CON EL ADVENIMIENTO DE LA INDUSTRIALIZACIÓN, YA QUE DURANTE MUCHO TIEMPO SE LE LIMITÓ A DESEMPEÑAR FUNCIONES DE CARÁCTER DOMÉSTICO.

TODAVÍA A PRINCIPIOS DE SIGLO, LA MUJER MEXICANA HABÍA

QUEDADO EN UNA POSICIÓN TOTALMENTE DEPENDIENTE, YA QUE ESTABA SUPEDITADA AL DESEO DE MANUTENCIÓN Y A LA MISMA CAPACIDAD DE TRABAJO DE SUS FAMILIARES MASCULINOS, QUIENES LE PROPORCIONABAN SATISFACTORES ECONÓMICOS.

SIN EMBARGO, TAL COMO LO SEÑALAN RODOLFO LARA Y JORGE - MADRAZO EN LA REVISTA DESLINDE NO. 121, EL PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN DEL PAÍS, AUNADO A LAS DEMANDAS DE GRUPOS FEMENINOS POR IGUALAR SUS DERECHOS Y DISTRIBUIR EQUITATIVAMENTE LAS CARGAS CON LOS VARONES, HA PROVOCADO UN ACCESO MÁS FÁCIL DE LA MUJER A LA EDUCACIÓN SUPERIOR, QUE JUNTO CON SU PREPARACIÓN PARA ENFRENTARSE A UN MUNDO DE CONSUMO, TAMBIÉN LA HA LLEVADO AL DESEMPEÑO DE DIVERSAS TAREAS QUE LE RETRIBUYEN UN SUELDO QUE SIGNIFICA UNA ENTRADA MÁS Y SEGURA AL HOGAR, Y LA HACE PARTICIPAR DE MANERA ACTIVA EN EL MERCADO PRODUCTIVO. ESTE SE PRESENTA CON MAYORES Y MEJORES CONDICIONES PARA LAS MUJERES CON PREPARACIÓN ACADÉMICA, AUNQUE TAMBIÉN TIENEN LIMITANTES.

ASÍ PUES, LAS MUJERES CON ESTUDIOS DE CARRERAS CORTAS O UNIVERSITARIAS ASPIRAN A PUESTOS MEJORES Y DE MAYOR REMUNERACIÓN QUE AQUELLAS QUE NO HAN TENIDO LA OPORTUNIDAD O RECURSOS PARA ESTUDIAR, POR ELLO, SU DESTINO LABORAL ES EL DE TRABAJADORAS DOMÉSTICAS, OBRERAS U OTRAS.

CADA VEZ LA MUJER HA VISTO SIMPLIFICADO SU ACCESO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR DEBIDO AL PROCESO DE AVANCE INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICO DEL PAÍS, QUE HA EXIGIDO LA MEJOR CAPACITACIÓN - DE INDIVIDUOS PARA PARTICIPAR EN EL PROCESO PRODUCTIVO Y EN EL MERCADO DE TRABAJO.

LAS DEMANDAS CONSTANTES Y JUSTIFICADAS DE LOS GRUPOS FEMENINOS POR IGUALAR SUS DERECHOS Y DISTRIBUIR DE IGUAL MANERA LAS CARGAS DE RESPONSABILIDAD CON LOS VARONES, HAN PERMITIDO QUE ACTUALMENTE NO EXISTA UN SÓLO LUGAR O SECTOR EN LA UNIVERSIDAD EN DONDE NO SE ENCUENTRE LA MUJER.

EN RELACIÓN A ESTO, GUY STANDING, EN EL CUADERNO, EXPLICA:

"LA ESCASEZ DE OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EL BAJO NIVEL DE LOS SALARIOS FEMENINOS, QUITAN A LOS -- PADRES EL ALICIENTE PARA INVERTIR DINERO EN LA - EDUCACIÓN DE SUS HIJAS, ESPECIALMENTE CUANDO TIENEN VARONES POR EDUCAR. SE CREA UN CÍRCULO VICIOSO: COMO NO SE VE EN LAS MUJERES FUTURAS TRABAJADORAS, NO SE LES DA INSTRUCCIÓN; COMO LOS EMPLEOS PARA ELLAS SON LIMITADOS SE LES IMPONEN -- RESTRICCIONES PARA EL ESTUDIO EN RAZÓN DE SU ESCASA PRODUCTIVIDAD".¹⁷

17 SUPRA, GUY STANDING, NOTA 2, PP.305 Y 306.

TRAS MUCHOS AÑOS DE PROGRESO ECONÓMICO EN LA MAYORÍA DE LOS PAÍSES INDUSTRIALIZADOS HAN COMENZADO A NOTARSE MEJORÍAS EN LA SITUACIÓN DE LA MUJER. ADEMÁS, SE MANIFIESTA EN LAS - UNIVERSIDADES UN INCREMENTO EN LA CIFRA GLOBAL DE LA POBLA-- CIÓN ESCOLAR DE 1940 A 1978, TAL COMO LO INDICA LA RECOPILA-- CIÓN DE ANUARIOS ESTADÍSTICOS DE LA UNAM:

"DE 1940 A 1978 SE INCREMENTÓ LA CIFRA GLOBAL DE LA POBLACIÓN ESCOLAR EN 16.58.66%, AL HABER PASA DO DE 17,090 ALUMNOS EN EL PRIMER AÑO CITADO A - 283,466 EN EL AÑO ANTERIOR. POR TANTO, EL INCRE MENTO DE ALUMNOS VARONES HA SIDO DE 1.361.46% EN EL MISMO PERIODO, AL HABER PASADO DE 13,547 ALUM NOS EN 1940 A 184,437 EN 1978".¹⁸

POR SU PARTE, EN EL DESLINDE NÚM. 121 QUE HABLA SOBRE - EL TEMA DE LA MUJER EN LA UNIVERSIDAD, SE CONSIGNAN LAS SI-- GUIENTES CIFRAS:

"EL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN ESCOLAR DE SEXO FEMENINO, HA SIDO DE 2,795.06% DE 1940 A 1978, - AL HABER PASADO DE 3,543 MUJERES EN 1940 A - - -

18 RECOPIACION DE ANUARIOS ESTADÍSTICOS 1940-1958. SECRE TARÍA GENERAL UNAM, P.7, Y ANUARIO ESTADÍSTICO 1978 P.1

99,029 EN 1978".¹⁹

DE AHÍ QUE EN 38 AÑOS LA POBLACIÓN ESCOLAR DEL SEXO FEMENINO SE HA INCREMENTADO MÁS ACELERADAMENTE QUE LA DE SEXO MASCULINO EN TÉRMINOS PORCENTUALES, Y QUE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN 1940, TANTO EN LOS NIVELES PROFESIONALES COMO DE ENSEÑANZA MEDIA SUPERIOR, REPRESENTÓ EL 20.73% DE LA POBLACIÓN ESCOLAR TOTAL. EN 1977 EL 34.53% Y EN 1978, QUE ES EL ÚLTIMO AÑO DEL QUE SE TIENEN CIFRAS OFICIALES, EL 34.93%. - ESO REGISTRÓ EN 1980 UNA POBLACIÓN ESCOLAR FEMENINA DE 35% DE ESTUDIANTES MUJERES, Y UN 65% DE VARONES.

EN ESTE CASO SE PRESENTA LA EFECTIVIDAD DE LA FÓRMULA: A MAYORES ESTUDIOS, MAYOR OPORTUNIDAD DE PARTICIPACIÓN E INTEGRACIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL PAÍS, Y MEJORES EXPECTATIVAS DENTRO DEL CAMPO DE TRABAJO.

A ESTE RESPECTO, EN EL STANDING GUY SE ANOTA:

"UNA OJEADA A LA EVOLUCIÓN DE LA FUNCIÓN ECONÓMICA DE LA MUJER EN PAÍSES INDUSTRIALIZADOS TALES - COMO EL REINO UNIDO Y ESTADOS UNIDOS REVELA QUE,

19 MADRAZO JORGE Y LARA RODOLFO, DESLINDE LA MUJER EN LA UNIVERSIDAD. EL CASO DE LA UNAM, P.9

MIENTRAS QUE ANTES HABÍA MUCHAS MUJERES DE ESCASA INSTRUCCIÓN QUE TRABAJABAN Y ERAN RELATIVAMENTE - POCAS LAS CASADAS CON ESTUDIOS QUE LO HACÍAN, EN EL SIGLO XX ES PRECISAMENTE EL AUMENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE ESTE ÚLTIMO GRUPO, LO QUE HA ELEVADO LA TASA GENERAL DE PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LA FUERZA DE TRABAJO".²⁰

TAL AVANCE HA DADO COMO RESULTADO QUE EL CRITERIO DE -- CIERTOS SECTORES DE LA SOCIEDAD SE HABRA UN POCO, E INCLUSO SE HAYA CONSIDERADO EL RECONOCIMIENTO DEL GÉNERO FEMENINO EN LOS TÍTULOS UNIVERSITARIOS. EN EFECTO, EL 4 DE NOVIEMBRE DE 1975, "EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, EN USO DE LAS FACULTADES QUE LE CONFIERE EL ARTÍCULO 34, FRACCIÓN XIII DEL ESTATUTO GENERAL, EMITIÓ UN ACUERDO A EFECTO DE QUE A PARTIR DE LA FECHA CITADA LA COORDINACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN ESCOLAR ELABORARA LOS TÍTULOS PROFESIONALES Y DE GRADOS OBTENIDOS POR LAS MUJERES, CON LA DESIGNACIÓN DE LA PROFESIÓN EN GÉNERO FEMENINO".²¹

20 SUPRA, GUY STANDING, P.308

21 GACETA UNAM, CIUDAD UNIVERSITARIA, 5 DE DICIEMBRE DE -- 1975, TERCERA EPOCA, VOL. XI, No.31

DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE INSTRUCCIÓN ACADÉMICA - EN LA POBLACIÓN MEXICANA, SURGIERON LAS UNIVERSIDADES PARTICULARES QUE HAN DADO CABIDA A GRAN NÚMERO DE MUJERES EN SUS DIFERENTES ESPECIALIDADES. ESTAS BUSCAN PREPARACIÓN PARA MEJOR DESEMPEÑO EN LA VIDA FUTURA, Y LA SATISFACCIÓN PERSONAL POR HABER LOGRADO TERMINAR Y EJERCER UNA CARRERA PROFESIONAL, META QUE HASTA CIERTO PUNTO SUPLE, EN ALGUNAS MUJERES A LA TRADICIÓN DE LLEGAR AL MATRIMONIO, QUIZÁ DEBIDO AL CÚMULO DE INFORMACIÓN, AL PANORAMA MÁS AMPLIO DE ACCIÓN Y EN SÍ A LA EDUCACIÓN RECIBIDA EN EL HOGAR, Y POR ENCARGO DEL MEDIO SOCIAL EN EL QUE SE DESENVUELVE.

POR OTRA PARTE, BIEN VALE LA PENA TRATAR DE ENCONTRAR LA RAZÓN REAL GENERAL DEL MOTIVO DE ESTUDIO POR PARTE DE LAS MUJERES. ES DECIR, SABER POR QUÉ HICIERON UNA CARRERA UNIVERSITARIA, POR QUÉ, EN ESTE CASO, LA DE COMUNICACIÓN.

ALGUNAS DE ELLAS PORQUE QUIZÁ SE SINTIERON ATRAÍDAS POR LA ALTERNATIVA QUE SE PRESENTABA ANTE UNA TRADICIÓN PROFESIONAL EN LAS CARRERAS DE PSICOLOGÍA, PEDAGOGÍA, ENFERMERÍA Y FILOSOFÍA, O POR MODA, POR ESTAR EN LA CARRERA QUE ATRAÍA LA ATENCIÓN GENERAL AL OFRECER UN CAMPO AMPLIO DE RELACIONES Y DESARROLLO EN LOS DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, O BIEN -- POR QUERER ESTAR DENTRO DEL MEDIO COMO COMUNICADORA, O POR -

SALIR EN LA TELEVISIÓN Y SATISFACER SU EGO.

DE ACUERDO A DATOS OBTENIDOS EN EL CENTRO DE ESTUDIOS -
 SOBRE LA UNIVERSIDAD, ANUARIO ESTADÍSTICO, QUE POR CIERTO --
 CONTIENE SÓLO INFORMACIÓN DE 1924 A 1958, LAS MUJERES INGRE-
 SARON EN MAYOR NÚMERO A LAS SIGUIENTES CARRERAS:

<u>AÑO</u>	<u>ESCUELA O FACULTAD</u>	<u>MUJERES</u>	<u>HOMBRES</u>
1924	MÚSICA	636	972
1925	FILOSOFÍA Y LETRAS	913	216
1926	FILOSOFÍA Y LETRAS	879	254
1927	MÚSICA	756	471
1928	MÚSICA	815	413
1929	NORMAL SUPERIOR	447	127
1930	NORMAL SUPERIOR	505	143
1931	NORMAL SUPERIOR	804	227
1932	NORMAL SUPERIOR	938	266
1933	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	622	-
1934	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	429	-
1935	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	372	-
1936	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	305	-
1937	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	321	-
1938	MEDICINA	351	2,139
1939	CIENCIAS QUÍMICAS	298	473
1940	COMERCIO	280	1,089
1941	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	368	-
1942	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	422	-

ANO	ESCUELA O FACULTAD	MUJERES	HOMBRES
1943	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	498	-
1944	FILOSOFÍA Y LETRAS	526	191
1945	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	526	-
1946	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	501	-
1947	ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA	444	-
1948	MEDICINA	574	4,775
1949	MEDICINA	536	5,044
1950	MEDICINA	536	4,592
1951	MEDICINA	612	5,463
1952	MEDICINA	647	5,132
1953	MEDICINA	628	4,988
1954	MEDICINA	711	5,995
1955	MEDICINA	725	6,519

VALE HACER NOTAR QUE EN LA ESCUELA NACIONAL DE ENFERMERÍA Y OBSTETRICIA SÓLO ASISTIERON MUJERES EN EL PERIÓDO MENCIONADO, Y QUE ÉSTAS REBASARON LA CIFRA DE ESTUDIANTES HOMBRES EN LAS CARRERAS DE MÚSICA, FILOSOFÍA Y NORMAL.

EN EL LIBRO LA FORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN AMÉRICA LATINA, SE EXPLICA QUE:

"ANTES DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL LA ENSEÑANZA DEL PERIODISMO ERA DESCONOCIDA EN MÉXICO, CON LA SOLA EXCEPCIÓN DE LA ESCUELA PATROCINADA POR LA UNIVERSIDAD FEMENINA, CUYO PESO Y PRESTIGIO NUNCA FUERON IMPORTANTES, PUES SI EL PERIODISMO ERA VISTO POR AQUELLOS AÑOS COMO UNA PROFESION APTA PARA VARONES AGRESIVOS, CON INICIATIVA Y "OLFATO" VIRTUDES TODAS IMPOSIBLES DE SER APRENDIDAS EN -

UNA ACADEMIA O UNIVERSIDAD, MAL PODÍA ACEPTARSE LA VALIDEZ PROFESIONAL DE PERIODISTAS EGRESADAS DE UNA UNIVERSIDAD FEMENINA PRIVADA."²²

LUEGO QUE TERMINÓ LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, Y SE RECIBIÓ LA INDISCUTIBLE PENETRACIÓN ECONÓMICA Y CULTURAL DE ESTADOS UNIDOS EN MÉXICO, LAS ESCUELAS Y FACULTADES DE PERIODISMO COMENZARON A BROSTAR POR DOQUIER, LAS CUALES EN LA DÉCADA DE LOS SESENTAS, DE ACUERDO A LAS RECOMENDACIONES DE CIESPAL, ADOPTARON LA DENOMINACIÓN DE ESCUELAS O FACULTADES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

DE ACUERDO A LOS DATOS QUE SE ANOTAN EN EL LIBRO SEÑALADO, EN MÉXICO EXISTEN 247 INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR, 37.6% DE LAS CUALES SON PRIVADAS. EL NÚMERO TOTAL DE UNIVERSIDADES ASCIENDE A 63, Y DE ELLAS 44.4% ES PRIVADO, -- AUNQUE TODAS JUNTAS NO ABSORBEN NI LA MITAD DE LOS ESTUDIANTES QUE TIENE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

COMO SE APRECIA EN EL CUADRO NÚM.1 (SE ANEXA), DE LOS -

22 VARIOS AUTORES. LA FORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN AMÉRICA LATINA. ED. NUEVA IMAGEN, 1981, P.19.

247 CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA REPÚBLICA MEXICANA, 27 BRINDAN ENSEÑANZA EN LA RAMA DE LA COMUNICACIÓN (COMUNICACIÓN, PERIODISMO, RELACIONES PÚBLICAS). DE ESOS, 19 SON INSTITUCIONES PRIVADAS Y 8 PÚBLICAS, Y SE LOCALIZAN 12 EN EL -- DISTRITO FEDERAL, 4 EN JALISCO, 3 EN SINALOA, 2 EN NUEVO --- LEÓN Y 1 EN LOS ESTADOS DE MÉXICO, GUANAJUATO, COAHUILA, TAM PICO, VERACRUZ Y YUCATÁN.

EN LA REALIZACIÓN DE ESTE CAPÍTULO SE INCLUYEN ALGUNAS UNIVERSIDADES QUE TIENEN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, TALES - COMO LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (FACULTAD - DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES, Y LA ESCUELA NACIONAL DE - ESTUDIOS PROFESIONALES PLANTEL ACATLÁN), LA ANÁHUAC, LA IBE- ROAMERICANA Y LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN GAR-- CÍA". ASIMISMO, LOS ANTECEDENTES DE CREACIÓN DE LA CARRERA EN CADA UNA DE ELLAS Y LAS CIFRAS DE ALUMNOS QUE HAN CURSADO ESTA ESPECIALIDAD.

LAS CIFRAS DE ALUMNOS SE MUESTRAN EN FORMA ALTERNA, HOM BRES-MUJERES PARA PODER APRECIAR EL TRAYECTO DE LA MUJER EN ESTE ÁMBITO, EL CUAL APARECE EN LAS UNIVERSIDADES COMO UNA - NUEVA OPCIÓN A SU AVANCE PROFESIONAL. TAMBIÉN SE ANOTAN Y - DESCRIBEN LOS PLANES DE ESTUDIOS, CON EL FIN DE ESTABLECER - EL MARCO DE LA ENSEÑANZA ACTUAL, Y SU COHERENCIA Y POSIBLE -

APLICACIÓN PRÁCTICA CON LAS NECESIDADES DEL MERCADO DE TRABAJO.

LAS CIFRAS DE TITULADOS PERMITEN VER EL PORCENTAJE DE - ALUMNOS (HOMBRES-MUJERES) QUE A LO LARGO DE LA EXISTENCIA DE LA CARRERA HAN CONCLUÍDO SU CICLO ACADÉMICO, ADEMÁS DE QUEDAR MANIFIESTO EL TEMA MÁS SOCORRIDO POR ELLOS. FINALMENTE, SE INCLUYE EL SONDEO ENTRE ALUMNAS (250) PARA SABER POR QUÉ ELIGIERON LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, QUÉ SABEN DE ELLA, QUÉ EXPECTATIVAS TIENEN SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO Y SU OPINIÓN OBJETIVA ACERCA DE LOS PLANES DE ESTUDIO. ENTRE PROFESORAS (50) PARA TRATAR DE DEFINIR LA IMÁGEN DE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN. ENTRE LOS COORDINADORES DE LA CARRERA (5) SOBRE SU VISIÓN ACERCA DEL COMPORTAMIENTO COMÚN DE LA FUTURA PERIODISTA. A LAS EGRESADAS (48) SE LES INTERROGÓ PARA CONOCER - SUS EXPERIENCIAS EN EL CAMPO LABORAL.

LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN GARCÍA" FUE -- FUNDADA EN 1949, Y HASTA 1974 SE INCORPORÓ A LA SECRETARÍA - DE EDUCACIÓN PÚBLICA CON LA LICENCIATURA EN PERIODISMO, ADEMÁS DE LA CARRERA TÉCNICA DE REDACTOR Y REPORTERO GRÁFICO. - PESE A SU TÍTULO COMO PIONERA EN LA ENSEÑANZA DE PERIODISMO, NO SE PUDIERON OBTENER DATOS PRECISOS ACERCA DE LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL QUE HA MANEJADO, DEBIDO A QUE CARECE DE HISTORIAL

Y SEGUIMIENTO ESTADÍSTICO, SIN EMBARGO, LAS AUTORIDADES DE - LA MISMA, PROPORCIONARON NÚMEROS APROXIMADOS EN BASE AL PROMEDIO DE ESTUDIANTES; EN LOS 37 AÑOS DE SU FUNCIONAMIENTO -- SIEMPRE HA EXISTIDO EL TURNO VESPERTINO CON UN INGRESO DE 60 ALUMNOS POR AÑO, CANTIDAD IGUAL EN EL MATUTINO CON 20 AÑOS - DE CREADO. LA ENTRADA A LA CARRERA TÉCNICA ES DE 30 ALUMNOS POR TURNO (21 AÑOS DE ANTIGUEDAD), Y EN GENERAL LA DESERCIÓN ES DE 20% ANUAL EN TÉRMINO MEDIO.

CON BASE EN LOS DATOS ANTERIORES, SE DETERMINÓ QUE EL - TOTAL DE ALUMNOS QUE HAN INGRESADO A ESTA ESCUELA ES DE --- 4,620, DE LOS CUALES HAN DESERTADO 900, POR TANTO, SE DEDUCE QUE LA CIFRA DE EGRESADOS ASCIENDE A 3,720.

LA LICENCIATURA SE OBTIENE EN OCHO SEMESTRES, QUE INCLUYEN LAS SIGUIENTES MATERIAS:

1o.

REDACCIÓN
ORTOGRAFÍA
INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
HISTORIA DE LA CULTURA
INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS
DE LA INFORMACIÓN
HISTORIA DEL PERIODISMO
INTRODUCCIÓN A LA CUESTIÓN -
SOCIAL
LETRAS ESPAÑOLAS
LABORATORIO DE COMUNICACIÓN
ORAL

2o.

NOTICIA EN PRENSA
INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO
RADIOFÓNICO
INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO
TELEVISIVO
PERIODISMO EN AMÉRICA LATI-
NA
MÉTODOS Y TÉC.DE INVEST.DE
CAMPO DEL REPORTERO
SOCIOLOGÍA
TEORÍA ECONÓMICA
LETRAS MEXICANAS
MECANOGRAFÍA

30.

ENTREVISTA EN PRENSA
 REDACCIÓN PARA RADIO I
 REDACCIÓN PARA TELEVISIÓN I
 GEOPOLÍTICA DE LA INFORMACIÓN
 FOTOGRAFÍA I
 SOCIOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN
 RELACIONES PÚBLICAS
 LETRAS CONTEMPORÁNEAS
 HISTORIA DE LAS DOCTRINAS ECONÓMICAS.

50.

REPORTAJE EN PRENSA
 REPORTAJE EN RADIO
 REPORTAJE EN TELEVISIÓN
 CULTURA CINEMATOGRAFICA
 COMUNICACIÓN IMPRESA I
 FILOSOFÍA II
 PROBLEMAS MEXICANOS
 INTRODUCCIÓN AL DERECHO POSITIVO MEXICANO

70.

LABORATORIO DE REDACCIÓN II
 CRÍTICA CINEMATOGRAFICA
 PROBLEMÁTICA CONTEMPORÁNEA
 PROGRAMA DE ANÁLISIS Y COMENTARIO EN RADIO
 PROGRAMA DE ANÁLISIS Y COMENTARIO EN TELEVISIÓN
 COMUNICOLOGÍA SOCIAL
 ENSAYO
 ÉTICA PERIODÍSTICA
 INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

40.

LA CRÓNICA EN PRENSA
 REDACCIÓN PARA RADIO II
 REDACCIÓN PARA TELEVISIÓN II
 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN
 FOTOGRAFÍA II
 PSICOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN
 IDEAS CONTEMPORÁNEAS
 PUBLICIDAD
 FILOSOFÍA I

60.

COLUMNA, ARTÍCULO Y EDITORIAL
 NOTICIERO EN RADIO
 NOTICIERO EN TELEVISIÓN
 PERIODISMO CIENTÍFICO
 COMUNICACIÓN IMPRESA II
 FILOSOFÍA III
 LABORATORIO DE REDACCIÓN I
 RÉGIMEN JURÍDICO DE LA INFORMACIÓN
 PROBLEMAS LATINOAMERICANOS

80.

SEMINARIOS DE RADIOLOCUCIÓN
 SEMINARIOS DE IDIOMAS
 SEMINARIOS DE REALIDAD SOCIOPOLÍTICA DE MÉXICO
 SEMINARIOS DE AGENCIAS DE INFORMACIÓN

POR LO QUE RESPECTA AL NÚMERO DE TITULADOS, HOMBRES-MU-

JERES, Y LOS TEMAS ELEGIDOS POR ELLAS, SE DESCRIBE ASÍ:

NO. TITULADOS DE MUJERES 1969 (1ª. GENERACIÓN) A 1985	MUJERES	NO HUBO MUJERES TITULADAS	MÁS MUJERES TITULADAS - QUE HOMBRES	TEMAS DE TESIS DE MUJERES
173	38 %	1970* 1972	1975 (7-5) 1978 (4-2)	T.V. 15% COMUN. 14% INVEST. 14% MEDIOS 14%

EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO SE CREÓ - LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA EN LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES (1951). ESTA OFRECIÓ COMO PROMOCIÓN PARA FORMAR LA PLANTILLA DE PROFESORES, - QUE EN LOS PRIMEROS DOS AÑOS DE FUNCIONAMIENTO NO PRESENTARÁN TÍTULO, O QUE FUERAN INVESTIGADORES DEDICADOS A LAS CIENCIAS SOCIALES CON CINCO AÑOS DE EXPERIENCIA Y PUBLICACIONES ACREDITADAS, O PERIODISTAS CON EJERCICIO PROFESIONAL COMPROBADO.

SEGÚN DATO DEL ANUIES, FUERON 53 ALUMNOS LOS INSCRITOS DURANTE 1951-1952, DE LOS CUALES 5 ERAN MUJERES. HASTA ANTES DE LA DÉCADA DE LOS SESENTA, LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL -- EN LA LICENCIATURA DE PERIODISMO FUE BASTANTE BAJA, SEGÚN -- CONSTA EN EL SIGUIENTE CUADRO EXTRAÍDO DEL LIBRO LA FORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN AMÉRICA LATINA (1981):

* NO HUBO TITULACIÓN NI DE HOMBRES NI DE MUJERES.

<u>AÑO</u>	<u>INGRESO</u>	<u>REINGRESO</u>	<u>TOTAL</u>
1951	34	--	34
1952	29	17	46
1953	18	21	39
1954	15	29	44
1955	17	28	45
1956	17	22	39
1957	15	26	41
1958	36	19	55
1959	37	18	55

ASIMISMO, LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL ANUIES NO CONTIENE LA MISMA SERIE DE DATOS EN EL PERIODO QUE COMPRENDE DE 1960 A 1975, REPORTANDO TAN SOLO LA SUMA DE ALUMNOS QUE ES - DE:

<u>AÑO</u>	<u>TOTAL</u>	<u>AÑO</u>	<u>TOTAL</u>
1960	59	1968	206
1961	62	1969	328
1962	69	1970	360
1963	76	1971	481
1964	86	1972	706
1965	138	1973	802
1966	150	1974	851
1967	206	1975	802

CABE SEÑALAR QUE DE 1976 A 1982 SÍ EXISTEN CIFRAS DE -- HOMBRES Y MUJERES ESTUDIANTES, Y EL TOTAL DE EGRESADOS. LOS

DATOS SON:	<u>AÑO</u>	<u>H</u>	<u>M</u>	<u>SUMA</u>	<u>EGRESADOS</u>
	1976	553	423	976	113
	1977	631	424	1,055	215
	1978	543	572	1,115	215
	1979	187	205	392	16

<u>AÑO</u>	<u>H</u>	<u>M</u>	<u>SUMA</u>	<u>EGRESADOS</u>
1980*	726	787	1,513	18
1981	710	748	1,458	112
1982	537	642	1,179	113

LA LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN SE CURSA EN OCHO SEMESTRES, CON UN BLOQUE INICIAL DE FORMACIÓN BÁSICA EN TRES DE ELLOS, Y LAS MATERIAS SON:

1o.

HISTORIA MUNDIAL, ECONÓMICA Y SOCIAL I
 FORMACIÓN SOCIAL MEXICANA I
 TEORÍA SOCIAL I
 TALLER DE INVESTIGACIÓN Y REDACCIÓN
 ECONOMÍA POLÍTICA I

2o.

HISTORIA MUNDIAL, ECONÓMICA Y SOCIAL II
 FORMACIÓN SOCIAL MEXICANA II
 TEORÍA SOCIAL II
 METODOLOGÍA I
 ECONOMÍA POLÍTICA II

3o.

HISTORIA MUNDIAL, ECONÓMICA Y SOCIAL III
 FORMACIÓN SOCIAL MEXICANA III

- * A PARTIR DE ESE AÑO, LA CARRERA EN LA UNAM PASÓ DE SER PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA A CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

TEORÍA SOCIAL III
 METODOLOGÍA II
 ECONOMÍA POLÍTICA III

ASIMISMO, LA FORMACIÓN BÁSICA DE LA ESPECIALIDAD CONSTA DE 15 MATERIAS QUE SON:

40.

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN
 INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA
 PSICOLOGÍA SOCIAL
 GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS
 DESARROLLO, RÉGIMEN Y ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS
 DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO I

50.

TEORÍAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA
 LENGUAJE Y SOCIEDAD
 SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA
 GÉNEROS PERIODÍSTICOS INTERPRETATIVOS
 DESARROLLO, RÉGIMEN Y ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS
 DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO II

60.

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN POR CINE
 TÉCNICAS DE INFORMACIÓN POR RADIO Y TELEVISIÓN
 PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA
 GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN
 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

FINALMENTE, LAS OPCIONES VOCACIONALES SE CURSAN EN DOS SEMESTRES:

COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

70.

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

TEORÍA DE LA PUBLICIDAD
 TALLER DE PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS I
 TALLER DE LITERATURA Y PERIODISMO
 TALLER DE EDICIÓN DE ORIGINALES

8o.

LA HISTORIA COMO REPORTAJE
 TEORÍA DE LA PROPAGANDA
 TALLER DE PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS II
 ORGANIZACIÓN DE INSTITUCIONES INFORMATIVAS
 TALLER DE TÉCNICAS DE EDICIÓN

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

7o.

IMAGEN Y PERIODISMO
 SOCIOLOGÍA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN
 EVOLUCIÓN DEL LENGUAJE FÍLMICO
 TALLER DE GUIÓN: CINE, RADIO Y TELEVISIÓN
 TALLER DE LITERATURA Y PERIODISMO

8o.

SOCIOLOGÍA DEL CINE
 EVOLUCIÓN DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL
 TALLER DE REALIZACIÓN DE CINE
 TALLER DE REALIZACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN
 CINE DOCUMENTAL

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA DE LA INFORMACIÓN

7o.

LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO
 TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN
 COMUNICACIÓN (MÉXICO Y AMÉRICA LATINA)
 CLASES SOCIALES, IDEOLOGÍA Y MEDIOS DE
 COMUNICACIÓN
 TALLER DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN I

80.

SEMIOLÓGIA
 ESTADO, PODER POLÍTICO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN-INFORMACIÓN
 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
 TALLER DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN II

POR LO QUE RESPECTA AL NÚMERO DE TITULADOS, HOMBRES-MUJERES, Y LOS TEMAS ELEGIDOS POR ELLAS, SE DESCRIBE ASÍ:

NO. TITULADOS DE 1956 (1A. GENERACIÓN) A 1985	MUJERES	NO HUBO MUJERES TITULADAS	MÁS MUJERES TITULADAS QUE HOMBRES	TEMAS DE TESIS DE MUJERES
244	50 %	1956 1964 1968 1969	1982 (45-33)	REPOR 19% TAJE PRENSA 11% T.V. 10%

LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA HIZO SURGIR EN 1960 LA ESCUELA DE CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN, PERO AL IGUAL QUE EL RESTO DE INSTITUCIONES CONSIDERADAS CARECE DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA COMPLETA. EN EL DESASTRE QUE SUFRIÓ ÉSTA CON EL TEMBLOR DE 1979 SE EXTRAVIARON DOCUMENTOS. POR LO TANTO, SÓLO SE CUENTA CON LAS SIGUIENTES CIFRAS:

<u>AÑO</u>	<u>ALUMNOS</u>	<u>AÑO</u>	<u>ALUMNOS</u>	<u>AÑO</u>	<u>ALUMNOS</u>
1960	20	1968	238	1976	442
1961	52	1969	270	1977	473
1962	66	1970	322	1978	519
1963	110	1971	391	1979*	612
1964	145	1972	479	1980	683
1965	189	1973	478	1981	770
1966	277	1974	461	1982	802
1967	217	1975	436	1983	720
				1984	636

LA LICENCIATURA SE CURSA EN DIEZ SEMESTRES, DIVIDIDOS EN 14 MATERIAS OBLIGATORIAS DEL ÁREA BÁSICA, ENTRE LAS QUE SE ENCUENTRAN:

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I Y II
 PSICOLOGÍA SOCIAL
 INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO SOCIOLÓGICO
 DERECHO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA
 TEORÍA SOCIOLÓGICA I
 TALLER DE EXPRESIÓN Y COMPOSICIÓN ESCRITA I Y II
 FILOSOFÍA SOCIAL

* A PARTIR DE ESE AÑO, LA CARRERA EN LA IBEROAMERICANA PASÓ DE SER CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN, A CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN I Y II
 FILOSOFÍA DEL HOMBRE
 HISTORIA DE MÉXICO CONTEMPORÁNEO
 TEORÍA DEL CONOCIMIENTO

ASIMISMO, LLEVAN 10 TEMAS OBLIGATORIOS Y ONCE OPTATIVOS
 EN EL AREA MAYOR:

OBLIGATORIOS:

SEMIÓTICA
 PERIODISMO I
 LINGÜÍSTICA
 TELEVISIÓN I
 RADIO I
 CINE I
 PUBLICIDAD I
 COMUNICACIÓN DE INSTITUCIONES I
 INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN III Y IV

OPTATIVOS:

FILOSOFÍA DE LA CIENCIA
 DISCURSO LITERARIO I, II, III Y IV
 SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA SOCIAL EN MÉXICO
 ORGANIZACIÓN FAMILIAR
 CORRIENTES SOCIOLÓGICAS CONTEMPORÁNEAS
 PSICOLOGÍA DE LA COMUNIDAD
 PENSAMIENTO FILOSÓFICO EN EL MÉXICO ACTUAL

SOCIOLOGÍA LATINOAMERICANA

CUENTA ADEMÁS CON SIETE SUBSISTEMAS DE ESPECIALIZACIÓN,

Y SON:

1. PERIODISMO

OBLIGATORIAS:

PERIODISMO II Y III
 OPINIÓN PÚBLICA
 PRENSA COMPARADA I Y II
 LABORATORIO DE PERIODISMO I Y II
 TALLER DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS I Y II
 PERIODISMO INTERPRETATIVO

OPTATIVAS:

LABORATORIO DE FOTOGRAFÍA FIJA I
 SEMINARIO DE PERIODISMO POLÍTICO
 SEMINARIO DE PERIODISMO ECONÓMICO
 SEMINARIO DE PERIODISMO CULTURAL
 SEMINARIO DE PERIODISMO CIENTÍFICO
 SEMINARIO DE PERIODISMO Y LITERATURA

2. CINE

LABORATORIO DE FOTOGRAFÍA FIJA I Y II
 ESTÉTICA
 DIRECCIÓN ESCÉNICA
 LENGUAJE CINEMATOGRAFICO
 LABORATORIO DE CINE I Y II
 TÉCNICAS AUDIOVISUALES
 LABORATORIO DE REALIZACIÓN DOCUMENTAL
 SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN CINEMATOGRAFICA
 GUIONISMO DE CINE DOCUMENTAL
 INVESTIGACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN
 LABORATORIO DE REALIZACIÓN I
 HISTORIA DE LAS TEORÍAS CINEMATOGRAFICA
 GUIONISMO DE CINE I (PRODUCCIÓN)
 GUIONISMO DE CINE II (ADAPTACIÓN)
 MONTAJE

3. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE INSTITUCIONES.

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN
 FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA
 ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL
 ELEMENTOS DE MERCADOTECNIA
 COMUNICACIÓN DE INSTITUCIONES II Y III
 PUBLICIDAD II Y III
 SEMINARIO DE CASOS PRÁCTICOS SOBRE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

4. TELEVISIÓN

ESTÉTICA
 PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN I, II, III Y IV
 GUIONISMO DE TELEVISIÓN I, II Y III
 TALLER DE FOTOGRAFÍA E ILUMINACIÓN EN T.V.
 ÉTICA Y CRÍTICA DE TELEVISIÓN
 TALLER DE AUDIO Y POST-PRODUCCIÓN
 TELEVISIÓN Y SOCIEDAD
 DIRECCIÓN DE ESCENA I Y II
 TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN I Y II
 TELEVISIÓN EDUCATIVA
 GÉNEROS Y FORMATOS
 TELEVISIÓN PÚBLICA RURAL
 TELEVISIÓN EXPERIMENTAL

5. TEORÍA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN.

INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN V Y VI
 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS I Y II
 PRÁCTICAS DE CAMPO I, II, III Y IV
 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN VII Y VIII

6. RADIO

LABORATORIO DE PRODUCCIÓN DE RADIO I Y II
 PERIODISMO RADIOFÓNICO
 EMPRESA RADIOFÓNICA
 RADIO EDUCATIVA
 CULTURA MUSICAL (LABORATORIO)

SOCIOLOGÍA DE LA RADIODIFUSIÓN
 RADIO COMPARADA
 GUIONISMO RADIOFÓNICO I Y II

7. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

SOCIEDAD, ECONOMÍA Y POLÍTICA
 ECONOMÍA GENERAL
 COMUNICACIÓN Y ESTADO
 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN
 EVALUACIÓN DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN I Y II
 ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO
 COMUNICACIÓN Y RELACIONES INTERNACIONALES

POR LO QUE RESPECTA AL NÚMERO DE TITULADOS, HOMBRES-MUJERES, Y LOS TEMAS ELEGIDOS POR ELLAS, SE DESCRIBE ASÍ:

NO. TITULADOS DE 1971 (1A. GENERACIÓN) A 1985	MUJERES	NO HUBO MUJERES TITULADAS	MÁS MUJERES TITULADAS QUE HOMBRES	TEMAS DE TESIS DE MUJERES
292	55%	1971 1973* 1974	1981 (92-48)	Com. 24% T.V. 14% Pub. 11% MERC. PROP.

EN LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC SE FUNDÓ LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN 1970, Y POCOS SON LOS DATOS ESTADÍSTICOS QUE EXISTEN EN CUANTO A ALUMNOS HOMBRES Y MUJERES,

* NO HUBO TITULADOS HOMBRES NI MUJERES.

ASÍ COMO EGRESADOS. ESTE ES EL RESULTADO:

<u>AÑO</u>	<u>H</u>	<u>M</u>	<u>SUMA</u>	<u>EGRESADOS</u>
1976	118	163	281	47
1977	127	224	351	49
1978	162	239	401	30
1979	293	116	409	64
1980	132	276	408	39
1981	167	306	473	40
1982	166	391	557	44

LA CARRERA DE COMUNICACIÓN TIENE UNA DURACIÓN DE DIEZ - SEMESTRES QUE INCLUYE 52 MATERIAS; ADEMÁS LAS ESPECIALIDADES EN TELEVISIÓN, PERIODISMO, CINE, RADIO, RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD, Y AQUÍ SE DETALLAN:

1o.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN I
 METODOLOGÍA
 PSICOLOGÍA GENERAL
 TEORÍA GENERAL PUBLICITARIA
 FOTOGRAFÍA (OPTATIVA)
 RETÓRICA (OPTATIVA)
 EXPRESIÓN ESCRITA
 MATEMÁTICAS

2o.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN II
 TEORÍA SOCIOLÓGICA
 PSICOLOGÍA DE LA PERSONALIDAD
 HISTORIA DE LA FILOSOFÍA I
 LINGÜÍSTICA
 ARTE Y CULTURA CONTEMPORÁNEA (OPTATIVA)
 PRINCIPIOS DE ECONOMÍA (OPTATIVA)

3o.

INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y ESTADÍSTICA I
 SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
 PSICOLOGÍA SOCIAL
 TEORÍA GENERAL DEL PERIODISMO
 HISTORIA DE LA FILOSOFÍA II
 SEMIÓTICA
 TALLER DE FOTOGRAFÍA (OPTATIVA)
 TALLER DE PUBLICIDAD (OPTATIVA)

4o.

INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y ESTADÍSTICA II
 FILOSOFÍA DE LA CIENCIA
 PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
 TEORÍA GENERAL TELEVISIVA
 TEORÍA GENERAL DE LA RADIODIFUSIÓN
 ANTROPOLOGÍA GENERAL Y APLICADA
 TALLER DE AUDIOVISUALES

VA)

TALLER DE PERIODISMO

5o.

INVESTIGACIÓN DE LA COMUNI-
CACIÓN Y ESTADÍSTICA III
LÓGICA FORMAL MODERNA
RELACIONES PÚBLICAS
TEORÍA GENERAL CINEMATOGRAFÍ-
CA
HISTORIA CONTEMPORÁNEA
OPINIÓN PÚBLICA
TALLER DE RADIO
TALLER DE TELEVISIÓN

7o.

TEORÍA AVANZADA DE LA COMUNI-
CACIÓN I
FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN
PRINCIPIOS DE MERCADOTECNIA
PRODUCCIÓN T. V. I *
GUIONISMO TELEVISIVO *
LENGUAJE PERIODÍSTICO **
HISTORIA DEL PERIODISMO **
PRODUCCIÓN DE CINE I***
GUIONISMO CINEMATOGRAFICO***
PRODUCCIÓN DE RADIO I****
GUIONISMO RADIOFÓNICO ****
TALLER DE LENGUAJE. *****
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL *****
LENGUAJE PUBLICITARIO *****
EFECTOS PSICOSOCIALES DE LA -
PUBLICIDAD *****

9o.

TEORÍA ESTÉTICA
METODOLOGÍA DE TESIS
COMUNICACIÓN POLÍTICA
PRODUCCIÓN T.V. III*
TÉCNICAS ESPECÍFICAS T.V. I*
TALLER DE PERIODISMO I**
PERIODISMO RADIOFÓNICO Y

6o.

PROBLEMAS SOCIOECONÓMICOS DE -
MÉXICO
CIBERNÉTICA E INFORMÁTICA
ANÁLISIS DE LOS MEDIOS
PROBLEMAS FILOSÓFICOS CONTEM-
PORÁNEOS
PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN
APLICADA
TALLER DE CINE
TALLER DE RELACIONES PÚBLICAS

8o.

TEORÍA AVANZADA DE LA COMUNI-
CACIÓN II
LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS
TEATRO
PRODUCCIÓN T.V. II*
TEORÍA AVANZADA DE T. V. *
TÉCNICAS PERIODÍSTICAS **
FUNCIONAMIENTO DE UN PERIÓDICO
Y UNA AGENCIA NOTICIOSA **
PRODUCCIÓN DE CINE II***
HISTORIA Y CRÍTICA DE CINE I***
PRODUCCIÓN DE RADIO II****
PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA ****
ASPECTOS PSICOSOCIALES DE LAS
RELACIONES PÚBLICAS *****
RELACIONES PÚBLICAS INTER---
NAS *****
PUBLICIDAD DE LOS MEDIOS*****
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL*****

10o.

COMUNICACIÓN Y DESARROLLO
ÉTICA
COMUNICACIÓN Y MÚSICA
PRODUCCIÓN T.V. IV*
TÉCNICAS ESPECÍFICAS T.V. II*
TALLER DE PERIODISMO II**
SITUACIÓN POLÍTICA ACTUAL **

TELEVISIVO **	PRODUCCIÓN DE CINE IV***
PRODUCCIÓN DE CINE III***	EFFECTOS DEL CINE ***
HISTORIA Y CRÍTICA DE CI- NE II***	PRODUCCIÓN DE RADIO IV****
PRODUCCIÓN DE RADIO III****	RADIO COMPARADA ****
ANÁLISIS RADIOFÓNICO ****	TALLER DE RELACIONES PÚBLICAS ESPECIALIZADAS *****
RELACIONES PÚBLICAS EXTER- NAS *****	TALLER DE RELACIONES PÚBLI--- CAS *****
FUNCIONAMIENTO DE UN DESPA CHO DE RELACIONES PÚBLI--- CAS *****	TALLER DE PUBLICIDAD II***** PUBLICIDAD ESPECIALIZADA*****
FUNCIONAMIENTO DE UNA AGEN CIA DE PUBLICIDAD *****	

POR LO QUE RESPECTA AL NÚMERO DE TITULADOS, HOMBRES-MU-
JERES, Y LOS TEMAS ELEGIDOS POR ELLAS, SE DESCRIBE ASÍ:

NO. DE TITULADOS DE 1976 (1A. GENERA--- CIÓN) A 1985	MUJERES	MENOS MUJERES TITUL.	MÁS MUJERES TITULADAS QUE HOMBRES	TEMAS DE TESIS DE MUJERES
99	72%	1979 (1)	A EXCEPCIÓN DE 1978, EN TODOS LOS - AÑOS SON MÁS MUJERES TITU LADAS QUE -- HOMBRES (71-28)	T.V, 31% COM, 15% INV. 8%

- * ESPECIALIDAD DE T.V.
- ** ESPECIALIDAD DE PERIODISMO
- *** ESPECIALIDAD DE CINE
- **** ESPECIALIDAD DE RADIO
- ***** ESPECIALIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS
- ***** ESPECIALIDAD DE PUBLICIDAD

EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA PLANTEL XOCHIMILCO, LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SE INICIÓ JUNTO CON EL NACIMIENTO DE LA INSTITUCIÓN EN 1974. SEGÚN LOS DATOS DEL ANUARIO ESTADÍSTICO ANUIES, DE 1970 A 1978 INGRESARON 714 ALUMNOS, Y ESE ÚLTIMO AÑO EGRESARON 48. EL RESTO DE LOS DATOS SE ANOTA A CONTINUACIÓN:

<u>AÑO</u>	<u>INGRESO</u>	<u>EGRESO</u>
1979	273	64
1980	262	91
1981	221	172
1982	248	135
1983	239	163
1984	234	163
1985	113	168

LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SE REALIZA EN DOCE TRIMESTRES, DIVIDIDOS EN TRES NIVELES: 1°. TRONCO GENERAL, A SU VEZ CON DOS SUBNIVELES; 2°. TRONCO BÁSICO PROFESIONAL, Y 3°. AREA DE CONCENTRACIÓN, LOS CUALES SE DETALLAN ASÍ:

TRONCO GENERAL

1ER. SUBNIVEL

CONOCIMIENTO Y SOCIEDAD

PROCESO HISTÓRICO DE LA CIENCIA
DIFERENCIACIÓN DE LAS CIENCIAS
INTRODUCCIÓN AL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA I Y II

2O. SUBNIVEL

HISTORIA Y SOCIEDAD

INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA HISTORIA
PROCESO HISTÓRICO DE LA SOCIEDAD CAPITALISTA
EL CAPITALISMO DEPENDIENTE:
AMÉRICA LATINA
LOS PROBLEMAS DEL CAPITALISMO:

LA REVOLUCIÓN SOVIÉTICA Y -
LA INFLUENCIA DEL SOCIALIS-
MO EN AMÉRICA LATINA.

MEXICO: ECONOMIA, POLITICA
Y SOCIEDAD
EL DESARROLLO DEL CAPITALIS-
MO EN MÉXICO

TRONCO BASICO PROFESIONAL

2o. NIVEL

COMUNICACION, IDEOLOGIA Y SOCIEDAD

ESTRUCTURA SOCIAL
ENFOQUES TEÓRICOS PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN
ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN BA-
SE A UN PROBLEMA ESPECÍFICO
FOTOGRAFÍA (TALLER)

- A) PERCEPCIÓN
- B) ELEMENTOS TEÓRICOS DE LA FOTOGRAFÍA
- C) LA PRÁCTICA FOTOGRAFICA
- D) AUDIOVISUALES

COMUNICACION Y CLASES SOCIALES

LOS PRODUCTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CLASES SOCIALES EN LA FORMACIÓN SOCIAL MEXICANA Y SU RELAA-
CIÓN CON EL CONSUMO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
CONSUMO SOCIAL DE LOS PRODUCTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICA-
CIÓN SOCIAL

DISEÑO GRÁFICO (TALLER)

- A) DISEÑO BÁSICO
- B) DISEÑO GRÁFICO
- C) SERIGRAFÍA

COMUNICACION Y CAMBIO SOCIAL

DINÁMICA SOCIAL
MANIFESTACIÓN DE LAS CONTRADICCIONES Y CONFLICTOS EN LA FOR-
MACIÓN SOCIAL MEXICANA
ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS EN LA DINÁMICA SOCIAL

ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA DE RADIO EN BASE A LAS CONDICIONES EN QUE SE PRODUCEN Y RECIBEN LOS MENSAJES RADIO (TALLER)

- A) TÉCNICAS DE RADIO
- B) PRÁCTICAS DE RADIO

LENGUAJES DE LA COMUNICACION SOCIAL

EL PERIÓDICO COMO SISTEMA SEMIOLÓGICO
 APLICACIÓN DE LOS DISTINTOS APORTES DE LA LINGÜÍSTICA, AL ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DEL PERIÓDICO
 DISTINTOS APORTES DE LA SEMIOLOGÍA AL ANÁLISIS DEL PERIÓDICO
 ANÁLISIS DEL PERIÓDICO EN FUNCIÓN DE LAS CONDICIONES EN QUE EMITE SUS DISCURSOS
 PERIODISMO (TALLER)

- A) TÉCNICA DEL PERIODISMO
- B) PRÁCTICA DEL PERIODISMO

DISCURSO, CODIGO, SIGNO Y SIGNIFICADO

EL CINE POSIBLE EN MÉXICO
 HISTORIA DEL CINE MEXICANO ENMARCADA EN LA HISTORIA DEL CINE MUNDIAL
 APLICACIÓN DE LOS DISTINTOS APORTES DE LA SEMIOLOGÍA AL ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS CINEMATOGRAFICOS
 ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DE UNA PELÍCULA EN FUNCIÓN DE LAS CONDICIONES DE SU PRODUCCIÓN
 CINE (TALLER)

- A) TÉCNICAS CINEMATOGRAFICAS
- B) PRÁCTICAS CINEMATOGRAFICAS

SEMIOLOGIA DE LA COMUNICACION

ESPECIFICIDAD DE LA T.V. EN EL CONJUNTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
 DESARROLLO TECNOLÓGICO E HISTÓRICO DE LA T.V.
 DIFERENTES APROXIMACIONES TEÓRICAS EN RELACIÓN A LA INFLUENCIA SOCIOCULTURAL DE LA T.V. TOMANDO EN CUENTA LOS PROGRAMAS Y LA PUBLICIDAD QUE TRANSMITE DICHO MEDIO
 DISTINTAS FORMAS A TRAVÉS DE LAS CUALES LA T.V. CUMPLE UNA FUNCIÓN EDUCATIVA
 INFLUENCIA DE LA T.V. EN NIÑOS DE EDUCACIÓN PRIMARIA Y SOBRE EL RECEPTOR (EN GENERAL)

REALIZACIÓN DE UNA EMISIÓN TELEVISIVA, APLICANDO LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS ADQUIRIDOS
TELEVISIÓN (TALLER)

- A) TÉCNICAS DE TELEVISIÓN
- B) PRÁCTICA DE TELEVISIÓN

AREA DE CONCENTRACION

3ER. NIVEL

COMUNICACION COMO EDUCACION I

SEMINARIO DE METODOLOGÍA
NIVELACIÓN DE CONOCIMIENTOS TÉCNICOS
INVENTARIO DE LOS DISCURSOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES AL ESTUDIO DE UNA ZONA DETERMINADA
LINEAMIENTOS PSICOSOCIALES Y PEDAGÓGICOS DEL RECEPTOR
SEMINARIO DE SEMIOLOGÍA
PROYECTO Y ELABORACIÓN DE UN DISCURSO PILOTO EN FUNCIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS ADQUIRIDOS PARA UN MEDIO DETERMINADO
ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA UNA ZONA - DE ESTUDIO

COMUNICACION COMO EDUCACION II

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN PLANTEADA EN EL MÓDULO ANTERIOR
ELABORACIÓN DE UN SEGUNDO DISCURSO PILOTO, EN BASE A LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS

COMUNICACION COMO EDUCACION III

ELABORACIÓN DE UNA PROGRAMACIÓN DE MEDIOS (BARRA PROGRAMÁTICA) QUE PERMITA EL DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA MULTIMEDIOS EN LA ZONA DE ESTUDIO
ELABORACIÓN DE UN ENSAYO QUE HAGA UNA APORTACIÓN CREATIVA AL PROBLEMA A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN REALIZADA EN LOS DOS - MÓDULOS ANTERIORES

EN LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES (ENEP)

UNIDAD ACATLÁN, LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SE OBTIENE -
CURSANDO NUEVE SEMESTRES CON UN TOTAL DE 35 MATERIAS BÁSICAS
Y 4 ESPECIALIDADES. TODO ELLO SE DESCRIBE A CONTINUACIÓN:

1o.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y DE CAMPO
INTRODUCCIÓN A LA EPISTEMOLOGÍA
INTRODUCCIÓN A LAS MATEMÁTICAS
TEORÍA ECONÓMICA I
INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA

2o.

ELEMENTOS DE LINGÜÍSTICA
METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA
TEORÍA ECONÓMICA II
INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO

3o.

GÉNEROS PERIÓDICOS INFORMATIVOS I (NOTA INFORMATIVA)
INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
HISTORIA MUNDIAL DEL SIGLO XX-I
INTRODUCCIÓN A LA CIENCIA POLÍTICA
DERECHO CONSTITUCIONAL

4o.

GÉNEROS PERIÓDICOS INFORMATIVOS II (ENTREVISTA)
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN - COLECTIVA I (FUNCIONALISMO)
HISTORIA MUNDIAL DEL SIGLO XX-II
SOCIEDAD Y POLÍTICA DEL MÉXICO ACTUAL
DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA EN MÉXICO I (PRENSA)
SOCIOLINGÜÍSTICA

5o.

GÉNEROS PERIÓDICOS INFORMATIVOS III (REPORTAJE)
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA II (ESTRUCTURALISMO)
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN COLECTIVA I (EMISOR Y RECEPTOR)
ANÁLISIS DE PROBLEMAS SOCIOECONÓMICOS Y POLÍTICOS DEL MÉXICO ACTUAL
DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE CO-

6o.

GÉNEROS PERIÓDICOS DE -- OPINIÓN I (ARTÍCULO Y EDITORIAL)
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN - COLECTIVA III (MARXISMO)
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN COLECTIVA II - (MENSAJE)
ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN

MUNICACIÓN COLECTIVA EN MÉXICO
II (CINE, RADIO Y T.V.)
HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE AMÉ-
RICA LATINA

70.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPI--
NIÓN II (COLUMNA Y CRÍTICA)
TÉCNICAS DE INFORMACIÓN POR RA
DIO Y T.V.
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN CO
MUNICACIÓN COLECTIVA III (MEN-
SAJE)
PSICOLOGÍA SOCIAL *
PERIODISMO Y LITERATURA *
PROBLEMAS ACTUALES DE LA PREN-
SA EN MÉXICO **
AGENCIAS INFORMATIVAS **
SEMINARIO DE ANÁLISIS DE CONTE
NIDO ***
TEORÍA PEDAGÓGICA ****
PSICOLOGÍA SOCIAL ***
SEMINARIO DE ANÁLISIS DE CONTE
NIDO ****

CIÓN COLECTIVA

80.

PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN -
RADIOFÓNICA *
AGENCIAS INFORMATIVAS *
OPTATIVA *
ADAPTACIÓN DE TEXTOS PARA -
MEDIOS DE COMUNICACIÓN CO
LECTIVA I (RADIO) *
SEMINARIO DE PERIODISMO ES
PECIALIZADO **
EDICIÓN PERIODÍSTICA I **
OPTATIVA **
TALLER DE FOTOGRAFÍA PERIO-
DÍSTICA **
PUBLICIDAD ***
OPINIÓN PÚBLICA ***
OPTATIVA ***
PSICOLOGÍA DE LA COMUNICA--
CIÓN COLECTIVA ***
SEMINARIO DE METODOLOGÍA ES
TRUCTURALISTA ****
ANÁLISIS DE LOS FENÓMENOS -
DE LA COMUNICACIÓN COLECTI-
VA EN MÉXICO ****
OPTATIVA ****
DIDÁCTICA DE LA ESPECIALI--
DAD ****

90.

PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN TELEVISIVA *
INFORMACIÓN ESPECIALIZADA POR T.V. *
OPTATIVA *
ADAPTACIÓN DE TEXTOS PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN
COLECTIVA II (T.V. Y CINE) *
SEMINARIO DE HISTORIA Y PERIODISMO **
EDICIÓN PERIODÍSTICA **
OPTATIVA **
PERIODISMO Y LITERATURA **

PROPAGANDA ***
 RELACIONES PÚBLICAS ***
 OPTATIVA ***
 SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA ***
 SEMINARIO DE METODOLOGÍA MARXISTA ****
 PROCESAMIENTO DE DATOS ****
 OPTATIVA ***
 COMUNICACIÓN EDUCATIVA ****

POR LO QUE RESPECTA AL NÚMERO DE TITULADOS HOMBRES-MUJERES Y LOS TEMAS ELEGIDOS POR ELLAS, SE DESCRIBE ASÍ:

NO. TITULADOS DE 1979 (1A. GENERACIÓN) A 1985	MUJERES	NO HUBO MUJERES TITULADAS	MÁS MUJERES TITULADAS QUE HOMBRES	TEMAS DE TESIS DE MUJERES
28	61%	1983	1982 (9-2)	REPOR. 35% ANÁL. 24% R. PÚB. 12%
			1984 (4-1)	
			1985 (2-1)	

POR ÚLTIMO, EN LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES (ENEP) ARAGÓN, LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SE CURSA EN OCHO SEMESTRES, LOS DOS PRIMEROS PERTENECEN AL DENOMINADO -- TRONCO COMÚN, Y A PARTIR DEL SEXTO SE IMPARTEN LOS SEMINARIOS DE OPCIÓN VOCACIONAL.

- * ESPECIALIDAD DE PERIODISMO ELECTRÓNICO
- ** ESPECIALIDAD DE PERIODISMO ESCRITO
- *** ESPECIALIDAD DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA
- **** ESPECIALIDAD DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

10.

MATEMÁTICAS I
 REDACCIÓN E INVESTIGACIÓN DO
 CUMENTAL
 ECONOMÍA I
 CIENCIA POLÍTICA
 SOCIEDAD Y POLÍTICA DEL MÉXICO
 CO ACTUAL

30.

ESTADÍSTICA APLICADA A LA CO
 MUNICACIÓN
 REDACCIÓN PERIODÍSTICA: NOTA
 INFORMATIVA Y CRÓNICA NOTI--
 CIOSA
 SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICA---
 CIÓN COLECTIVA
 RÉGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS
 DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO
 DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE
 COMUNICACIÓN

50.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA: RE-
 PORTAJE
 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN
 COMUNICACIÓN COLECTIVA II:
 MUESTREO, ENCUESTA Y SONDEO
 LA TEORÍA Y LOS MEDIOS DE -
 LA COMUNICACIÓN COLECTIVA II
 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS DE
 COMUNICACIÓN I: DIARIOS Y -
 REVISTAS
 OPINIÓN PÚBLICA, PUBLICIDAD
 Y PROPAGANDA

20.

MATEMÁTICAS II
 LÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN
 CIENTÍFICA
 ECONOMÍA II
 DERECHO CONSTITUCIONAL
 INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLO-
 GÍA

40.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA: EN-
 TREVISTA
 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN
 COMUNICACIÓN COLECTIVA: ANÁ
 LISIS MORFOLÓGICO Y DE CON-
 TENIDO
 PSICOLOGÍA DE LA COMUNICA--
 CIÓN COLECTIVA
 LA TEORÍA Y LOS MEDIOS DE -
 COMUNICACIÓN COLECTIVA I
 ECONOMÍA Y LOS MEDIOS DE CO
 MUNICACIÓN

60.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA: EDI
 TORIAL, ARTÍCULO DE FONDO,
 COMENTARIO Y CRÍTICA
 LA TEORÍA Y LOS MEDIOS DE -
 LA COMUNICACIÓN COLECTIVA --
 III
 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS DE
 COMUNICACIÓN II. AUDIOVI--
 SUAL
 TÉCNICAS DE INFORMACIÓN I:
 PERIODISMO GRÁFICO
 SEMINARIO DE OPCIÓN VOCACIO
 NAL I:
 A) PROBLEMAS ECONÓMICOS
 DE LA PRENSA MODERNA
 B) ESTUDIO DE LA INFRA-
 ESTRUCTURA RADIOFÓNICA
 EN MÉXICO

- C) TELEVISIÓN Y ENAJENACIÓN
- D) EL CINE COMO TRASMI--SOR DE IDEOLOGÍAS

7o.

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN II:
 RADIO, TELEVISIÓN Y CINE
 TRABAJO EDITORIAL Y DE IMPRENTA
 SEMINARIO DE PREPARACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL
 SEMINARIO DE OPCIÓN VOCACIONAL II:

- A) POLÍTICA E INFORMACIÓN
- B) LA RADIO EN EL PROCESO DE INTRODUCCIÓN DE INNOVACIONES
- C) TELEVISIÓN ESTATAL -- FRENTE A LA TELEVISIÓN PRIVADA
- D) EL CINE DOCUMENTAL

8o.

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN III:
 AGENCIAS INFORMATIVAS
 ORGANIZACIÓN DE OFICINAS DE PRENSA Y RELACIONES PÚBLICAS
 SEMINARIO DE PREPARACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL
 SEMINARIO DE OPCIÓN VOCACIONAL III:

- A) PRENSA Y SOCIEDAD
- B) LA RADIO Y PSICOLOGÍA DE MASAS EN LA SOCIEDAD MODERNA
- C) TELEVISIÓN Y PARTICIPACIÓN EN LA CULTURA EN MÉXICO
- D) EL CINE MEXICANO ACTUAL

TODAS ESTAS INSTITUCIONES ACADÉMICAS EXIGEN LA REALIZACIÓN DE LA TESIS PROFESIONAL Y EL SERVICIO SOCIAL PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, SALVO LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA PLANTEL XOCHIMILCO QUE SÓLO REQUIERE DE CUBRIR LOS 424 CRÉDITOS.

ADEMÁS EN LA UNAM, IBEROAMERICANA Y ANÁHUAC, SE DEBE CUBRIR EL IDIOMA INGLÉS. EN EL CASO DE LA UNAM, ES LA POSSESIÓN DE INGLÉS O LA TRADUCCIÓN DE DOS LENGUAS EXTRANJERAS. -

EN LA IBEROAMERICANA, HACEN EXÁMEN DE INGLÉS AL MOMENTO DEL INGRESO Y SI ACASO ES IRREGULAR EN EL ALUMNO, DEBE TOMAR EL PREREQUISITO DE INGLÉS. EN LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN", EN EL OCTAVO SEMESTRE SE CURSA EL SEMINARIO - DE IDIOMAS.

COMO RESULTADO DEL EXAMEN DE LOS PLANES DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LAS SIETE INSTITUCIONES ACADÉMICAS YA MENCIONADAS, PUEDE CONCLUIRSE QUE:

1.- SE CURSA EN 8 SEMESTRES CON 2 MÁS PARA EL SEMINARIO DE TESIS, SALVO EN LA UNAM QUE YA NO SE SIGUE ESE MÉTODO, Y EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA XOCHIMILCO - QUE NO EXIGE TESIS PARA OBTENER LA LICENCIATURA.

2.- VARÍA TOTALMENTE EL NÚMERO DE CRÉDITOS O BIEN DE - MATERIAS POR CUMPLIR. ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN", 72 MATERIAS; FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES, 310 CRÉDITOS; UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, 432 CRÉDITOS; UNIVERSIDAD ANÁHUAC, 63 MATERIAS; UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA XOCHIMILCO, 424 CRÉDITOS; ENEP ACATLÁN, 380 - CRÉDITOS Y ENEP ARAGÓN, 424 CRÉDITOS.

3.- LAS MATERIAS DIFIEREN UN POCO, DEPENDE LA ESCUELA. EN LA "CARLOS SEPTIÉN", VAN DIRECTA Y EXCLUSIVAMENTE RELA--

CIONADAS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CINE, RADIO, PRENSA Y TELEVISIÓN. EN LOS PLANTELES DE LA UNAM (FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES, ENEP ARAGÓN Y ACATLÁN) NO SÓLO SE REFIEREN A LOS MEDIOS SINO QUE ABARCAN PUNTOS DE CULTURA GENERAL. EN LA UNAM XOCHIMILCO, SE DA BASTANTE IMPORTANCIA A LA CRÍTICA, METODOLOGÍA Y SEMIOLOGÍA. EN LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS, IBEROAMERICANA Y ANÁHUAC, SE INCLUYE ADEMÁS DE LO PROPIO CON LA COMUNICACIÓN, LA MERCADOTECNIA, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. ASIMISMO, CABE DESTACAR QUE EN ESA ÚLTIMA INSTITUCIÓN SE IMPARTEN LAS MATERIAS DE MATEMÁTICAS Y TEATRO EN EL BLOQUE BÁSICO.

4.- ES BASTANTE DIVERSO EL NÚMERO DE MATERIAS QUE CADA ESCUELA MANEJA. LA IBEROAMERICANA CUENTA CON LA MAYOR CANTIDAD, 120; DE LAS CUALES 14 SON DEL TRONCO COMÚN, 21 DEL ÁREA BÁSICA Y 85 OPCIONES VOCACIONALES. LE SIGUE EN ORDEN CRONOLÓGICO LA ANÁHUAC CON 92; UNA MITAD (46) CORRESPONDEN AL --- ÁREA BÁSICA, Y LA OTRA A LA ESPECIALIDAD. ENEP ACATLÁN CON 75; 35 DEL ÁREA BÁSICA Y 40 DE ESPECIALIDAD. LA "CARLOS SEPTIÉN" CON 71. LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES CON 61; 15 EN EL TRONCO COMÚN, 17 BÁSICAS Y 29 DE OPCIÓN VOCACIONAL. EN LA METROPOLITANA 51; DE LAS CUALES 9 ESTÁN EN EL TRONCO COMÚN Y 42 ENTRE BÁSICAS Y ESPECIALIDADES. FINALMENTE, EN ENEP ARAGÓN SON 40, 10 EN EL TRONCO COMÚN Y EL RES

TO ENTRE EL ÁREA BÁSICA Y LAS ESPECIALIDADES.

POR LO QUE RESPECTA A LOS DATOS DE TITULADOS, SE RESUME LO SIGUIENTE:

1.- DEL TOTAL DE TITULADOS (836), SON MÁS MUJERES (52%) QUE HOMBRES (48%) Y ESTO RESPONDE QUIZÁ A VARIAS RAZONES:

- A).- QUE LO HACEN CON LA ESPERANZA DE ENCONTRAR UN EMPLEO MEJOR.
- B).- QUE TIENEN MÁS PODER DE DECISIÓN PARA ELLO.
- C).- QUE DESPUÉS DE ORGANIZARSE COMO MADRE, ESPOSA Y AMA DE CASA, REGRESAN A LA ESCUELA.
- D).- QUE EJERCEN MAYOR PRESIÓN SOBRE SÍ MISMAS PARA TERMINAR EL CICLO ESCOLAR.

2.- DEL TOTAL DE TESIS PRESENTADAS (745), LAS 436 MUJERES TITULADAS PRESENTARON 328 TESIS INDIVIDUALES CON TEMAS COMO: COMUNICACIÓN 16%; T.V. 13%; PUBLICIDAD, MERCADOTECNIA Y PROPAGANDA 7%; INVESTIGACIÓN 7%; Y REPORTAJE 7%. DE AQUÍ SE DEDUCE QUE EL ÁREA DE COMUNICACIÓN ES PUNTO DE GRAN INTERÉS EN LAS ALUMNAS, TOMANDO EN CUENTA LAS CIRCUNSTANCIAS DE LA ÉPOCA ACTUAL EN LA QUE MUCHO SE HA HABLADO SOBRE LA IMPORTANCIA POLÍTICA Y SOCIAL DE LA MISMA. EL NÚMERO DE TESIS MIXTAS FUE DE 17, Y EN TEMAS LOS MÁS COMUNES, FUERON: T.V. 23%; CINE 17%; Y AUDIOVISUAL 12%. POR ÚLTIMO, 35 TESIS COLECTIVAS, REFERENTES A: T.V. 20%; PRENSA 14%; Y COMUNICACIÓN 14%.

EN GENERAL, LA TELEVISIÓN ES ELEGIDA COMO TEMA DE ESTUDIO POR UN ALTO PORCENTAJE DE TITULADAS (56%), YA QUE JUEGA UN PAPEL IMPORTANTE EN LA SOCIEDAD ACTUAL, Y ES SIN LUGAR A DUDA EL MÁS IMPACTANTE Y PENETRANTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXISTENTES; LE SIGUE COMUNICACIÓN (30%) COMO UNA FORMA DE QUERER ABARCAR EL SISTEMA DE MEDIOS, Y LA RESULTANTE EN EL CAMPO DE LA PRÁCTICA, A FIN DE AVERIGUAR SU FUNCIÓN Y SU APLICACIÓN EN LOS ÁMBITOS PRIVADO Y GUBERNAMENTAL.

COMO UNA PARTE MÁS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE TRABAJO, SE APLICÓ EL CUESTIONARIO NO. 1 (SE ANEXA), Y DE ACUERDO A LAS CIFRAS MÁS SIGNIFICATIVAS, LOS RESULTADOS FUERON:

EN EL CASO DE LA UNAM, ELIGIERON LA CARRERA DE COMUNICACIÓN POR LA PROYECCIÓN QUE ÉSA TIENE (24%), Y POR GUSTO Y APETITUDES (24%). DE LA CARRERA ESPERAN SUPERACIÓN Y SATISFACCIÓN PERSONAL (28%). SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS OPINAN QUE ES DEMASIADO TEÓRICO (32%), Y SUGIEREN QUE EN ÉL SE INCLUYA MÁS PRÁCTICA (66%). CONSIDERAN QUE ACTUALMENTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTÁN MANIPULADOS POR INTERESES PARTICULARES Y EXTRANJEROS (38%). ESPERAN INCURSIONAR EN RADIO (36%), Y SU EXPECTATIVA ACERCA DEL MERCADO DE TRABAJO ES DIFÍCIL Y LIMITADO (38%).

EN EL CASO DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC, ELIGIERON LA CARRERA POR SUS DIVERSOS CAMPOS DE ACCIÓN (36%). DE LA CARRERA ESPERAN REALIZARSE PERSONALMENTE (44%). SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS OPINAN QUE ES BUENO (66%), Y SUGIEREN SE INCLUYA MÁS PRÁCTICA (42%). CONSIDERAN QUE ACTUALMENTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON EFICIENTES (60%). ESPERAN INCURSIONAR EN PUBLICIDAD (40%), Y SU EXPECTATIVA SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO ES ÓPTIMA PARA LA GENTE CAPAZ (24%).

EN EL CASO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, ELIGIERON LA CARRERA POR INTERÉS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (30%). DE LA CARRERA ESPERAN REALIZARSE PERSONALMENTE (32%) Y ADQUIRIR SUPERACIÓN Y SATISFACCIÓN PERSONALES (32%). SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS OPINAN QUE ES BUENO (38%), Y SUGIEREN QUE EN ÉL SE INCLUYA MÁS PRÁCTICA (40%). CONSIDERAN QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ACTUALMENTE ESTÁN ESTIPULADOS POR INTERESES PARTICULARES Y EXTRANJEROS (50%), Y SU EXPECTATIVA SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO ES ÓPTIMO OARA LA GENTE CAPAZ (26%).

EN EL CASO DE LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN GARCÍA", ELIGIERON LA CARRERA DE COMUNICACIÓN POR GUSTO Y AP TITUDES (42%). DE LA CARRERA ESPERAN SUPERACIÓN Y SATISFACCIÓN PERSONAL (42%). SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS OPINAN QUE

ES BUENO (80%), Y SUGIEREN QUE EN ÉL NO SE INCLUYA NADA MÁS (56%). CONSIDERAN QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTÁN MANIPULADOS POR INTERESES PARTICULARES Y EXTRANJEROS (38%). ESPERAN INCURSIONAR EN PRENSA ESCRITA (48%), Y SU EXPECTATIVA SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO ES AMPLIA (24%).

EN LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES UNIDAD ACATLÁN, ELIGIERON LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, POR GUSTO Y - APTITUDES (36%). DE LA CARRERA ESPERAN SUPERACIÓN Y SATISFACCIÓN PERSONAL (34%). SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS OPINAN -- QUE ES DEMASIATO TEÓRICO (42%), Y ES BUENO (42%), SUGIEREN - QUE EN ÉL SE INCLUYA MÁS PRÁCTICA (76%). CONSIDERAN QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ACTUALMENTE ESTÁN MANIPULADOS POR INTERESES PARTICULARES Y EXTRANJEROS (44%). ESPERAN INCURSIONAR EN PRENSA ESCRITA (40%), Y SU EXPECTATIVA SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO ES DIFÍCIL Y LIMITADO (30%).

DE ACUERDO AL RESUMEN DE LAS CINCO INSTITUCIONES ACADÉMICAS, EN SU MAYORÍA (27.2%) ELIGIERON LA CARRERA POR GUSTO Y APTITUDES; DE LA CARRERA ESPERAN SUPERACIÓN Y REALIZACIÓN PERSONAL (32%). SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS, (49.6%) OPINAN - QUE ES BUENO, Y SUGIEREN SE INCLUYA EN ÉL MÁS PRÁCTICA - - - (50.4%). CONSIDERAN QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ACTUALMENTE SE ENCUENTRAN EN PODER DE INTERESES PARTICULARES Y EX-

TRANJEROS (34.8%). ESPERAN INCURSIONAR EN PRENSA ESCRITA -- (29.6%) Y SU EXPECTATIVA SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO ES ÓPTI MA PARA LA GENTE CAPAZ (20.8%).

POR LO QUE RESPECTA A LAS PROFESORAS, SE LES APLICÓ EL CUESTIONARIO No.2 (VER ANEXO), Y DE ACUERDO A LAS CIFRAS MÁS SIGNIFICATIVAS, LOS RESULTADOS FUERON:

LAS MAESTRAS DE LA UNAM OPINAN QUE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN ES ORIENTAR A LA COMUNIDAD EN LOS ASPECTOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y CULTURALES PARA UNA MEJOR -- CONVIVENCIA (60%); QUE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN REQUIERE DE PROFESIONALES CONSCIENTES DE LA SITUACIÓN POLÍTICA, ECONÓ MICA, SOCIAL Y CULTURAL DE MÉXICO (60%); QUE LA ESTUDIANTE - DE COMUNICACIÓN DEBE SER ACTIVA, SENSIBLE A PARTIR DE SUS CO NOCIMIENTOS DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD EN QUE VIVE (80%). -- ACERCA DE SI LA ESTUDIANTE LLEGA BIEN PREPARADA A LA CARRE-- RA, DICEN QUE NO, PUES TIENE UNA IMAGEN DISTORSIONADA DE LA MISMA (60%), ADEMÁS QUE NO DEMUESTRAN HABER RECIBIDO ORIENTA CIÓN VOCACIONAL (80%). RESPECTO A LA PREFERENCIA DE LA ESTU DIANTE POR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN ESPECIAL, ES LA RADIO (40%); Y SU TENDENCIA DE TRABAJO SE AVOCA A PROFESIONAL DE - LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (60%).

POR SU PARTE, LAS MAESTRAS DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC, -

OPINAN QUE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN - ES FORMAR PROFESIONISTAS RESPONSABLES, CONSCIENTES Y ÉTICOS (60%); QUE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN REQUIERE DE PROFESIONALES BIEN PREPARADOS ACADÉMICAMENTE, HUMANISTA Y TENER VOCACIÓN POR EL SERVICIO SOCIAL (40%); QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE SER ACTIVA, SENSIBLE, A PARTIR DE SUS CONOCIMIENTOS DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD EN QUE VIVE (60%). ACERCA DE SI LA ESTUDIANTE LLEGA BIEN PREPARADA A LA CARRERA, DICEN QUE TIENE UN NIVEL BAJO (40%), ADEMÁS QUE ES DIFÍCIL GENERALIZAR SI RECIBIÓ ORIENTACIÓN VOCACIONAL (40%), Y QUE NO ES FÁCIL PERCIBIR ESO (40%). RESPECTO A LA PREFERENCIA DE LA ESTUDIANTE POR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN ESPECIAL, ES EL CINE Y LA PUBLICIDAD (40%); Y SU TENDENCIA DE TRABAJO SE AVOCA A PROFESIONAL DE LOS MEDIOS (40%) Y (40%) NO SABEN.

LAS PROFESORAS DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA OPINAN QUE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN ES LA DE FORMAR PROFESIONISTAS RESPONSABLES, CONSCIENTES Y ÉTICOS - - (80%); QUE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN REQUIERE PROFESIONALES ACTIVOS Y COMPROMETIDOS A MEJORAR SU PAÍS (40%) Y CONSCIENTES DE LA SITUACIÓN POLÍTICA, ECONÓMICA, SOCIAL Y CULTURAL DE MÉXICO (40%); QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE SER ACTIVA, SENSIBLE A PARTIR DE SUS CONOCIMIENTOS DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD EN QUE VIVE (80%). ACERCA DE LA PREPARA---

CIÓN VOCACIONAL DE LA ESTUDIANTE DICEN QUE TIENE UNA IMAGEN DISTORSIONADA DE LA MISMA (80%) AL PENSAR QUE GANARÁN INDUDABLEMENTE FAMA Y MUCHO DINERO, ADEMÁS QUE ES DIFÍCIL GENERALIZAR SI RECIBIERON ORIENTACIÓN PREVIA O NO (60%). RESPECTO A LA PREFERENCIA DE LA ESTUDIANTE POR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN ESPECIAL, ES LA TELEVISIÓN (60%); Y SU TENDENCIA DE TRABAJO SE AVOCA A LA DOCENCIA (40%).

EN LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN" LAS MAESTRAS OPINAN QUE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN ES LA DE INFORMAR A LA SOCIEDAD DE TODO LO ACONTECIDO (80%); QUE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN REQUIERE PROFESIONALES CON PREPARACIÓN TÉCNICA Y TEÓRICA (60%); QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE SER OBSERVADORA, ATENTA Y CRÍTICA (60%). ACERCA DE LA PREPARACIÓN DE LA ESTUDIANTE PARA LA CARRERA DICEN QUE TIENE UNA IMAGEN DISTORSIONADA DE LA MISMA (40%), ADEMÁS NO MUESTRA HABER RECIBIDO ORIENTACIÓN (80%). RESPECTO A LA PREFERENCIA DE LA ESTUDIANTE POR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN ESPECIAL, ES LA TELEVISIÓN (60%); Y SU TENDENCIA DE TRABAJO SE AVOCA A LA DOCENCIA (60%).

LAS PROFESORAS DE LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES UNIDAD ACATLÁN, OPINAN QUE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN ES LA DE ORIENTAR A LA COMUNIDAD ---

ACERCA DE CÓMO RESOLVER LAS NECESIDADES SOCIALES, ECONÓMICAS Y CULTURALES PARA LOGRAR MEJOR CONVIVENCIA (40%); QUE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN REQUIERE PROFESIONALES CON PREPARACIÓN TÉCNICA Y TEÓRICA (80%); QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE SER ACTIVA, SENSIBLE A PARTIR DE SUS CONOCIMIENTOS DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD EN QUE VIVE (40%), Y OBSERVADORA, -- ATENTA Y CRÍTICA (40%). ACERCA DE SI LA ESTUDIANTE LLEGA -- BIEN PREPARADA A LA CARRERA DICEN QUE NO, PUES TIENE UNA -- IMAGEN DISTORSIONADA DE LA MISMA (40%), Y NO LEE LO SUFI--- CIENTE, MALA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA (40%); ADEMÁS QUE NO DEMUESTRA HABER RECIBIDO ORIENTACIÓN VOCACIONAL (60%); PESPECTO A LA PREFERENCIA DE LA ESTUDIANTE POR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN ESPECIAL, ES LA RADIO (60%); Y SU TENDENCIA DE TRABAJAR SE AVOCA A PROFESIONAL DE LOS MEDIOS (40%) Y PROFESORAS (60%).

TOMANDO EN CUENTA LA SUMA DE OPINIONES, RESULTA QUE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN ES PARA LA MAYORÍA (28%) FORMAR PROFESIONISTAS RESPONSABLES, CONSCIENTES Y ÉTICOS; QUE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN REQUIERE DE PROFESIONALES CON PREPARACIÓN TÉCNICA Y TEÓRICA (44%); QUE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ESTUDIANTE DEBE SER, ACTIVA, SENSIBLE, A PARTIR DE SU CONOCIMIENTO DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD EN LA QUE VIVE (52%); QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN NO DEMUES-

TRA HABER RECIBIDO ORIENTACIÓN VOCACIONAL (52%); QUE LA ESTU
DIANTE LLEGA CON UNA IMAGEN DISTORSIONADA DE LA CARRERA - -
(48%); QUE LA ESTUDIANTE TIENE PREFERENCIA POR TRABAJAR EN -
TELEVISIÓN (28%), Y QUE LA MUJER ESPECIALIZADA EN COMUNICA--
CIÓN TIENDE MÁS A SER PROFESIONAL DE LOS MEDIOS (40%),

A LAS EGRESADAS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, SE LES -
APLICÓ EL CUESTIONARIO No. 3 (SE ANEXA), Y DE ACUERDO A LAS
CIFRAS MÁS SIGNIFICATIVAS, LOS RESULTADOS FUERON:

DE LA UNAM, SE DEDICARON A LA COMUNICACIÓN POR GUSTO --
(26%); DE LA CARRERA OPINAN QUE SÍ CORRESPONDE A LAS EXPECTA
TIVAS QUE TENÍAN DE ELLA (63%); FALTA PRÁCTICA EN EL PLAN DE
ESTUDIOS PARA QUE CORRESPONDA A LAS NECESIDADES DE TRABAJO -
(36%); LA MUJER JUEGA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EL PAPEL
DE INFORMADORA PROFESIONAL (37%); Y EL ROL DE LA MUJER EN --
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEBE SER DE PERIODISTA PROFESIO--
NAL, RESPONSABLE Y CAPAZ (63%).

DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC, ESTUDIARON LA CARRERA DE Co-
MUNICACIÓN PARA PODER INFORMAR (40%) Y PORQUE SATISFACE A --
SUS PROPIOS INTERESES (40%); LA CARRERA NO CORRESPONDE A LAS
EXPECTATIVAS QUE TENÍAN (50%); EL PLAN DE ESTUDIOS CORRESPON
DE EN PARTE A LAS NECESIDADES DEL TRABAJO, FALTA PRÁCTICA --

(60%); LA MUJER JUEGA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EL PAPEL DE INFORMADORA PROFESIONAL (60%); Y EL ROL DE LA MUJER EN -- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEBE DE SER DE PERIODISTA PROFESIONAL, RESPONSABLE Y CAPAZ (80%).

DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA SE DEDICARON AL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN POR EL AMPLIO CAMPO DE ACCIÓN QUE OFRECE (55%); QUE LA CARRERA SÍ CORRESPONDE A LAS EXPECTATIVAS QUE TENÍAN (73%); FALTA PRÁCTICA EN EL PLAN DE ESTUDIOS PARA QUE CORRESPONDA A LAS NECESIDADES DEL TRABAJO (64%); LA MUJER -- JUEGA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN UN PAPEL IMPORTANTE PORQUE PARTICIPA EN LA REALIDAD CONCRETA (36%) Y COMO MEDIADOR ENTRE LA NOTICIA Y EL ESPECTADOR (35%); Y EL ROL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION DEBE SER DE COMUNICADORA E INFORMADORA (73%).

DE LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN GARCÍA", SE DEDICARON A LA COMUNICACION POR GUSTO (100%); QUE LA CARRERA NO CORRESPONDE A LAS EXPECTATIVAS QUE TENÍAN (50%) Y OTRAS OPINAN QUE SÍ CORRESPONDE (50%); EL PAPEL QUE JUEGA LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES EL DE INFORMADORA PROFESIONAL (100%); Y EL ROL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION ES DE PERIODISTA PROFESIONAL, RESPONSABLE Y CAPAZ ----- (100%).

DE AHÍ QUE LA CONCENTRACIÓN DE RESPUESTAS MANIFIESTE -- QUE SE DEDICARON A LA CARRERA DE COMUNICACIÓN POR GUSTO ---- (27%); QUE LA CARRERA SÍ CORRESPONDE A SUS EXPECTATIVAS ---- (59%); QUE AL PLAN DE ESTUDIOS LE FALTA PRÁCTICA PARA RESPONDER A LAS NECESIDADES DEL TRABAJO (37%); QUE EL PAPEL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES DE INFORMADORA PROFESIONAL (50%); Y QUE EL ROL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEBE SER PERIODISTA PROFESIONAL, RESPONSABLE Y CAPAZ (59%).

CABE ACLARAR QUE DE LAS EGRESADAS QUE SE ENTREVISTARON NINGUNA ESTUDIO EN ENEP ACATLÁN.

A LOS COORDINADORES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SE -- LES APLICÓ EL CUESTIONARIO NO. 4 (SE ANEXA), Y DE ACUERDO A LAS CIFRAS MÁS SIGNIFICATIVAS, LOS RESULTADOS FUERON:

DE LA UNAM, LOURDES ROMERO, OPINÓ QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE SABER EXPRESARSE EN FORMA ORAL Y ESCRITA, SER ORGANIZADA, OBSERVADORA Y TENER BUENA MEMORIA; QUE LAS - CARACTERÍSTICAS QUE TIENE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN SON DIFÍCILES DE DETECTAR; QUE SERÍA DESEABLE QUE LA MUJER TUVIE RA TANTO PODER DE DESARROLLO PROFESIONAL COMO EL HOMBRE, PE RO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HAY PREJUICIOS QUE SE LO IM

PIDEN; Y, QUE LA MAYORÍA DE LAS COORDINACIONES ESTÁN EN MANOS DE MUJERES QUIZÁ POR TENECIDAD.

DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC, MÓNICA KADALA DIJO QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACION DEBE SER CREATIVA, DISCIPLINADA, -- RESPONSABLE Y EXTROVERTIDA; QUE LA ESTUDIANTE ES CREATIVA, -- EXTROVERTIDA Y CRÍTICA; QUE DEPENDE DEL TIPO DE MUJER PARA -- TENER IGUAL DESARROLLO PROFESIONAL AL DEL HOMBRE; Y, QUE LA MAYORIA DE LAS COORDINACIONES DE COMUNICACIÓN ESTÁN EN MANOS DE MUJERES PORQUE REQUIEREN DE MUCHO ORDEN.

DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, EL LICENCIADO IGNACIO RODRÍGUEZ COMENTÓ QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE SER CREATIVA, DISCIPLINADA, RESPONSABLE, EXTROVERTIDA Y CRÍTICA; QUE LA MUJER EN EL DESARROLLO DE SU PROFESIÓN SE ENFRENTA A LAS RESTRICCIONES QUE EL MEDIO SOCIA Y ELLA MISMA SE IMPONE; Y, DUDA QUE LA MAYORÍA DE COORDINACIONES DE LA CARRERA ESTÉN EN MANOS DE MUJERES.

EL DIRECTOR DE LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN" PROFESOR MANUEL PÉREZ MIRANDA DECLARÓ QUE LA ESTUDIANTE DE -- COMUNICACIÓN DEBE ESTAR BIEN INFORMADA Y BIEN UBICADA EN SU CONTEXTO SOCIAL; QUE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN SON: QUE ESTÁ DESEOSA DE DESTACAR EN SU MEDIO. --

SOCIAL Y EN GENERAL ESTÁ MEDIANAMENTE INFORMADA, MÁS POR LA TELEVISIÓN QUE POR LA PRENSA; QUE NO SE PUEDE GENERALIZAR EN EL CASO DE TENER IGUAL PODER DE DESARROLLO PROFESIONAL QUE EL HOMBRE PORQUE A VECES TIENE MÁS OPORTUNIDADES POR SU SENSIBILIDAD Y ENCANTO, Y EN OCASIONES LA MARGINA EL FALSO ORGULLO DEL HOMBRE; Y, QUE LA MAYORÍA DE COORDINACIONES DE COMUNICACIÓN ESTÁ EN MANOS DE MUJERES POR SU SENSIBILIDAD Y PORQUE CONOCE MEJOR SUS POSIBILIDADES Y LIMITACIONES.

DE LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES PLANTEL ACATLÁN, EL PROFESOR SERAFÍN SÁNCHEZ AFIRMÓ QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE ESTAR BIEN INFORMADA Y BIEN UBICADA EN SU CONTEXTO SOCIAL; ADEMÁS QUE ES DIFÍCIL DETECTAR LAS CARACTERÍSTICAS QUE TIENE; QUE LA MUJER EN EL DESARROLLO DE SU PROFESIÓN SE ENFRENTA A LAS RESTRICCIONES QUE EL MEDIO SOCIAL Y ELLA MISMA SE IMPONE; Y PIENSA QUE LA MAYORÍA DE LAS COORDINACIONES DE COMUNICACIÓN ESTÁN EN MANOS DE MUJERES QUIZÁS POR SU MAYOR TENACIDAD.

LA SUMA DE RESPUESTAS INDICA QUE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN DEBE SER CREATIVA, DISCIPLINADA, RESPONSABLE Y EXTROVERTIDA (40%); QUE LAS CARACTERÍSTICAS QUE TIENE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN SON: CREATIVA, EXTROVERTIDA Y CRÍTICA (40%), DIFÍCIL DE DETECTAR (40%); EN CUANTO AL PODER DE DESA

ROLLO DE LA MUJER EN LA COMUNICACIÓN COMO EL HOMBRE, LAS --
ÚNICAS RESTRICCIONES LAS IMPONE EL MEDIO SOCIAL Y ELLA MISMA
(40%), Y QUE LA MAYORÍA DE LAS COORDINACIONES DE LA CARRERA
ESTÁN OCUPADAS POR MUJERES QUIZÁ POR SU MAYOR TENACIDAD --
(40%).

SE CONCLUYE QUE LAS ESTUDIANTES DECIDIERON CURSAR LA CA
RRERA DE COMUNICACIÓN POR GUSTO Y APTITUDES, ESPERANDO DE --
ELLA SU SUPERACIÓN PERSONAL Y REALIZACIÓN PROFESIONAL. CONO
CEDORAS DEL PLAN DE ESTUDIOS, CONSIDERAN QUE EN GENERAL ES -
ACEPTABLE, AUN CUANDO DEBIERA INCLUIRSE MÁS PRÁCTICA.

EN SU OPINIÓN, ACTUALMENTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN -
TRABAJAN BAJO NORMAS QUE RESPONDEN A INTERESES PARTICULARES,
O BIEN CON INVERSIONES EXTRANJERAS, LO CUAL LIMITA LA LIBER
TAD DE LOS MEDIOS Y LOS COLOCA EN EL PLANO DE EMPRESA, OLVI
DÁNDOSE DE SU SUPUESTA FUNCIÓN SOCIAL.

A PESAR DEL AUGE DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS, LA PRENSA
ESTRICTA NO DEJA DE SER CONSIDERADA COMO PUNTO CLAVE EN EL -
DESARROLLO DE ESTA PROFESIÓN, YA QUE LOS PERIÓDICOS NO ESTÁN
EN RIÑA CON LA RADIO, EL CINE Y LA TELEVISIÓN; TODOS SON COM
PLEMENTARIOS, CON SUS CARACTERÍSTICAS PROPIAS. EL AMPLIO --
CAMPO DE ACCIÓN MANTIENE EL OPTIMISMO DE LAS ESTUDIANTES, PA

RA QUIENES EL MERCADO DE TRABAJO RESERVA BUENAS CONDICIONES A LA GENTE CAPAZ.

ASIMISMO, LA CARRERA DE COMUNICACIÓN TIENE COMO FUNCIÓN SOCIAL FORMAR PROFESIONISTAS RESPONSABLES Y ÉTICOS, QUE COMPLEMENTEN SU PREPARACIÓN TEÓRICA CON LA PRÁCTICA, PARA APROVECHAR AL MÁXIMO LAS CUALIDADES QUE LA ESTUDIANTE DEBE TENER (ACTIVA, SENSIBLE, CONOCEDORA Y ANALISTA DEL MUNDO Y LA SOCIEDAD EN QUE VIVE), PARA CON ELLO UBICARSE DE LA MEJOR MANERA EN SU CONTEXTO SOCIAL, SIN CAER EN MITOS NI FANTASÍAS.

CAPITULO NUM. 4

HACIA UN PERFIL DE LA MUJER PERIODISTA.

EN VISTA DE QUE RESULTA MUY DIFÍCIL HACER UNA INVESTIGACIÓN A FONDO DEL DESTINO DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO DEBIDO A QUE LAS UNIVERSIDADES CARECEN DE UN ARCHIVO ESTADÍSTICO PARA ESTE FIN, SE REALIZÓ UN SONDEO ENTRE MUJERES PERIODISTAS QUE PARTICIPAN ACTIVAMENTE EN LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE MANERA QUE SE PUEDE INTEGRAR EL PERFIL DE LA MUJER PERIODISTA, TOMANDO TAMBIÉN EN CUENTA A MUJERES PERIODISTAS AUTODIDACTAS DE LAS QUE HABLAREMOS POSTERIORMENTE.

SE APLICÓ EL CUESTIONARIO No. 5 (SE ANEXA), A UN TOTAL DE 45 MUJERES PERIODISTAS DE PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, CINE Y AGENCIAS INFORMATIVAS, Y DE ACUERDO A LAS CIFRAS MÁS SIGNIFICATIVAS, LOS RESULTADOS SON:

EN EL CASO DE MUJERES DE PRENSA ESCRITA, DECIDIERON ENTRAR A ESE MEDIO POR SU AMPLIA DISTRIBUCIÓN (29%) Y PORQUE LA COMUNICACIÓN POR ESE CONDUCTO ES PRIMORDIAL (29%). CONSIDERAN QUE LA MUJER PERIODISTA DEBE SER RESPONSABLE ANTE ELLA MISMA (29%) Y QUE CUIDA MÁS SU POSICIÓN ANTE LA SOCIEDAD POR

PREJUICIOS DE NUESTRA CULTURA (20%), QUE LA MUJER SE ENFRENTA A MUCHAS LIMITACIONES POR ESTAR EN UNA SOCIEDAD CON FORMACIÓN MACHISTA (29%) Y PORQUE DEPENDE DE SU CAPACIDAD PROFESIONAL (20%), QUE ELLA YA NO ESTÁ ENCASILLADA EN FUENTES COMO SOCIALES Y ESPECTÁCULOS, POR SU ESFUERZO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y CAPACIDAD (71%). QUE NUESTRO PAÍS REQUIERE DE MUJERES PERIODISTAS RESPONSABLES, ATREVIDAS, PREPARADAS, HONESTAS, COMBATIVAS Y PROFESIONALES (43%). QUE LAS PERIODISTAS EGRESADAS DE UNIVERSIDAD TIENEN MÁS CONOCIMIENTO CULTURAL, MIENTRAS LAS AUTODIDACTAS TIENEN LA PRÁCTICA (43%).

QUE LA INSTRUCCIÓN ACADÉMICA ES PARTE DE LA NUEVA IMAGEN DE LA MUJER MEXICANA (29%) Y QUE LA CUESTIÓN ACADÉMICA REPRESENTA EL 30% EN EL PERIODISMO Y EL RESTO ES LA PRÁCTICA (29%). QUE LA MUJER ESTÁ SUFICIENTEMENTE CAPACITADA PARA INFORMAR (100%). QUE NO EXISTE EL ESTEREOTIPO DE LA MUJER PERIODISTA (29%) Y QUE EL ESTEREOTIPO ES LA ETERNA CRONISTA DE SOCIALES (29%). QUE LA MUJER EN EL PERIODISMO ES MÁS HONESTA ANTE EL SOBORNO, CON EXCEPCIONES (72%). SON POCAS LAS MUJERES QUE LOGRAN SOBRESALIR DEBIDO A SU EXCESIVA CARGA DE RESPONSABILIDADES (29%) Y POR EL SISTEMA DE DISCRIMINACIÓN PROPIO DE UN PAÍS LATINO (29%). QUE EL PAPEL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS ES ACTUALMENTE MUY IMPORTANTE POR SU VERACIDAD --

Y VALENTÍA (72%).

EN EL CASO DE MUJERES EN RADIO, DECIDIERON ENTRAR A ESE MEDIO POR GUSTO (25%), PORQUE FUE DONDE LES OFRECIERON TRABAJO (25%) Y POR SUS POTENCIALES COMUNICATIVOS (25%). CONSIDERAN QUE LA MUJER PERIODISTA NO CUIDA MÁS SU POSICIÓN ANTE LA SOCIEDAD (38%). QUE LA MUJER PERIODISTA SE ENFRENTA A MUCHAS LIMITACIONES POR ESTAR EN UNA SOCIEDAD MACHISTA (63%). QUE LA MUJER YA NO ESTÁ ENCASILLADA EN FUENTES COMO SOCIALES O ESPECTÁCULOS, POR SU ESFUERZO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y CAPACIDAD (100%). QUE EL PAÍS REQUIERE DE MUJERES PERIODISTAS RESPONSABLES, ATREVIDAS, PREPARADAS, HONESTAS, COMBATIVAS Y PROFESIONALES (88%). NO SABEN LAS COINCIDENCIAS O DIFERENCIAS ENTRE LAS PERIODISTAS EGRESADAS Y LAS AUTODIDACTAS (50%). QUE LA INSTRUCCIÓN ACADÉMICA HA INFLUIDO DEFINITIVAMENTE, PUES LA EGRESADA PUEDE HABLAR Y ESCRIBIR DE TODO MIENTRAS LA CONCEPCIÓN DEL MUNDO EN LAS AUTODIDACTAS ES MÁS ESTRECHA (25%); QUE LE PERMITE TENER AMPLIA CULTURA, IGUAL A MEJOR COMUNICACIÓN (25%) Y QUE LO ACADÉMICO ES EL 30% Y EL RESTO LA PRÁCTICA (25%). QUE LA MUJER ESTÁ SUFICIENTEMENTE CAPACITADA PARA INFORMAR (88%). RESPECTO AL ESTEREOTIPO, QUE SER PERIODISTA ES MUCHO MÁS QUE LEER NOTICIAS (50%). HAY MUJERES QUE ACEPTAN EL EMBUTE Y HAY QUIENES NO (75%). SON POCAS LAS MUJERES QUE LOGRAN SOBRESALIR DEBI-

DO A FACTORES SOCIOCULTURALES (50%). QUE EL PAPEL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS ES ACTUALMENTE MUY IMPORTANTE POR SU VERACIDAD Y VALENTÍA (50%).

POR LO QUE SE REFIERE A MUJERES PERIODISTAS EN TELEVISIÓN, DECIDIERON ENTRAR A ESE MEDIO POR INTERÉS (34%). CONSIDERAN QUE LA MUJER CUIDA MÁS SU POSICIÓN ANTE LA SOCIEDAD PORQUE ES MÁS VULNERABLE A LA CRÍTICA (34%). QUE LA MUJER PERIODISTA SE ENFRENTA A LIMITACIONES QUE ELLA MISMA SE IMPONE (34%). QUE LA MUJER YA NO ESTÁ ENCASILLADA EN FUENTES COMO SOCIALES O ESPECTÁCULOS POR ESFUERZO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y CAPACIDAD(67%). QUE NUESTRO PAÍS REQUIERE DE MUJERES PERIODISTAS PENSANTES, CON CONCIENCIA CRÍTICA (34%). QUE LAS PERIODISTAS EGRESADAS, A DIFERENCIA DE LAS AUTODIDACTAS, TIENEN MAYOR CAPACIDAD DE INVESTIGACIÓN -- (34%). QUE LA INSTRUCCIÓN ACADÉMICA HA INFLUIDO DEFINITIVAMENTE, PUES LA EGRESADA PUEDE HABLAR Y ESCRIBIR DE TODO, MIENTRAS LA CONCEPCIÓN DEL MUNDO DE LAS AUTODIDACTAS ES MÁS ESTRECHA(67%). QUE LA MUJER ESTÁ SUFICIENTEMENTE CAPACITADA PARA INFORMAR (100%). NO CREEN QUE EXISTA UN ESTEREOTIPO DE LA MUJER PERIODISTA (67%). LA MUJER ANTE EL SOBORNO(EMBUTE) ES MÁS HONESTA, CON SUS CONTADAS EXCEPCIONES (67%). ASEVERAN QUE HAY UN NÚMERO CONSIDERABLE DE MUJERES QUE HAN SOBRESALIDO EN EL PERIODISMO (67%). Y, QUE EL PAPEL DE LA MUJER

EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ES ACTUALMENTE MUY IMPORTANTE POR SU VERACIDAD Y VALENTÍA (67%).

LAS MUJERES ENTRARON A TRABAJAR AL CINE, POR RELACIONES FAMILIARES (50%). CONSIDERAN QUE LA MUJER NO CUIDA SU POSICIÓN ANTE LA SOCIEDAD (75%). QUE LA MUJER PERIODISTA SE ENFRENTA A MUCHAS LIMITACIONES POR QUE AÚN NO SE CONFÍA EN --- ELLA (50%). QUE LA MUJER YA NO ESTÁ ENCASILLADA EN FUENTES COMO ESPECTÁCULOS O SOCIALES GRACIAS A SU ESFUERZO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y CAPACIDAD (100%). QUE NUESTRO PAÍS REQUIERE ACTUALMENTE DE MUJERES PERIODISTAS CON PREPARACIÓN ACADÉMICA (50%). QUE LAS PERIODISTAS EGRESADAS TIENEN EL CONOCIMIENTO CULTURAL Y LAS AUTODIDACTAS LA PRÁCTICA (75%). QUE LA INSTRUCCIÓN ACADÉMICA HA INFLUIDO EN EL CAMPO GANADO POR LA MUJER EN EL PERIODISMO, GRACIAS A SU AMPLIA -- CULTURA Y POR ENDE MEJOR COMUNICACIÓN (50%). QUE LA MUJER - ESTÁ LO SUFICIENTEMENTE CAPACITADA PARA INFORMAR (100%). NO CREEN EXISTA EL ESTEREOTIPO DE LA MUJER PERIODISTA (75%). Y QUE LA MUJER PERIODISTA ES MÁS HONESTA ANTE EL SOBORNO O EMBUTE (100%).

FINALMENTE, LAS MUJERES EN AGENCIAS INFORMATIVAS, ENTRARON A TRABAJAR A ESE MÉDIO, POR GUSTO (50%). QUE LA MUJER - PERIODISTA CUIDA MÁS SU POSICIÓN ANTE LA SOCIEDAD COMO UN RE

FLEJO DEL MACHISMO (75%). QUE LA MUJER PERIODISTA SE ENFRENTA A MUCHAS LIMITANTES POR ESTAR EN UNA SOCIEDAD CON FORMACIÓN MACHISTA (50%). QUE LA MUJER PERIODISTA YA NO ESTÁ ENCASILLADA A FUENTES COMO ESPECTÁCULOS O SOCIALES GRACIAS A SU ESFUERZO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y CAPACIDAD (100%). QUE NUESTRO PAÍS ACTUALMENTE REQUIERE DE MUJERES PERIODISTAS RESPONSABLES, ATREVIDAS, PREPARADAS, HONESTAS COMBATIVAS Y PROFESIONALES (75%). EN CUANTO A LAS DIFERENCIAS O COINCIDENCIAS ENTRE LAS PERIODISTAS EGRESADAS Y LAS AUTODIDACTAS, QUE LAS PRIMERAS TIENEN EL CONOCIMIENTO CULTURAL Y LAS SEGUNDAS LA PRÁCTICA (25%), QUE NO LO SABEN (25%), QUE NINGUNA (25%) Y QUE LA EGRESADA TIENE MAYOR PERSPECTIVA DE LOS ACONTECIMIENTOS Y PUEDE TRABAJAR EN CUALQUIER MEDIO (25%). QUE LA INSTRUCCIÓN ACADÉMICA HA INFLUIDO EN EL CAMPO GANADO POR LA MUJER EN EL PERIODISMO, PORQUE AHORA HAY MÁS MUJERES EN EL MEDIO (50%). QUE LA MUJER ESTÁ SUFICIENTEMENTE CAPACITADA PARA INFORMAR (50%) Y QUE LE FALTA APOYO PUES CUMPLE CON DOBLE FUNCIÓN, A DIFERENCIA DEL HOMBRE (50%). RESPECTO AL ESTEREOTIPO DE LA MUJER PERIODISTA, CONSIDERAN QUE POR DESGRACIA EL COMÚN DE LA GENTE LA DESCRIBE COMO LA MUJER BONITA Y TONTA (50%). QUE HAY MUJERES QUE ACEPTAN EL SOBORNIO O EMBUTE Y HAY OTRAS QUE NO (25%), QUE CUIDAN SU IMAGEN POR SER MADRES DE FAMILIA (25%), QUE AL PARECER LO HACEN CON MÁS RESERVA (25%), QUE LA MUJER ES MÁS HONESTA (25%). -

QUE A PESAR DEL CRECIENTE NÚMERO DE MUJERES PERIODISTAS, SON MUY POCAS LAS QUE LOGRAN SOBRESALIR DEBIDO A FACTORES SOCIO-CULTURALES (50%). Y QUE EL PAPEL DE LA MUJER ACTUALMENTE EN LOS MEDIOS ES ABRIR MÁ S CAMPOS DE ACCIÓN (50%).

TOMANDO EN CUENTA LA SUMA DE OPINIONES TENEMOS: SE DEDI CARON AL MEDIO EN EL CUAL TRABAJAN POR GUSTO (18%); QUE LA - MUJER PERIODISTA CUIDA MÁ S SU POSICIÓN ANTE LA SOCIEDAD, COMO UN REFLEJO DE LA SOCIEDAD MACHISTA EN QUE VIVE (31%); QUE LA MUJER PERIODISTA SE ENFRENTA A MUCHAS LIMITANTES POR ES-- TAR EN UNA SOCIEDAD DE FORMACIÓN MACHISTA (36%); QUE LA MU-- JER PERIODISTA YA NO ESTÁ ENCASILLADA A FUENTES COMO ESPECTÁ CULOS Y SOCIALES GRACIAS A SU ESFUERZO, PROFESIONALISMO, DE-- SEO DE SUPERACIÓN Y CAPACIDAD (91%); QUE EL PAÍS ACTUALMENTE REQUIERE DE MUJERES PERIODISTAS RESPONSABLES, ATREVIDAS, PRE PARADAS, HONESTAS, COMBATIVAS Y PROFESIONALES (56%); QUE LAS EGRESADAS TIENEN EL CONOCIMIENTO CULTURAL Y LAS AUTODIDACTAS LA PRÁ CTICA (33%); QUE LA INSTRUCCIÓN ACADÉMICA HA INFLUIDO DEFINITIVAMENTE EN EL CAMPO QUE HA GANADO LA MUJER EN EL PE RIODISMO PORQUE PUEDE HABLAR Y ESCRIBIR DE TODO, EN TANTO LA CONCEPCIÓN DEL MUNDO EN LAS AUTODIDACTAS ES MÁ S ESTRECHA -- (22%); QUE LE PERMITE TENER AMPLIA CULTURA, LO QUE SIGNIFICA MEJOR COMUNICACIÓN (22%), Y QUE LA CUESTIÓN ACADÉMICA REPRESENTA UN (30%) Y EL RESTO LA PRÁ CTICA (22%); QUE LA MUJER --

ESTÁ SUFICIENTEMENTE CAPACITADA PARA INFORMAR (87%); QUE NO CREEN EXISTA EL ESTEREOTIPO DE LA MUJER PERIODISTA (40%); -- QUE HAY MUJERES QUE ACEPTAN EL SOBORNO O EMBUTE Y OTRAS QUE NO (38%); QUE A PESAR DEL NÚMERO CRECIENTE DE MUJERES PERIODISTAS SON POCAS LAS QUE LOGRAN SOBRESALIR DEBIDO A FACTORES SOCIOCULTURALES (27%), Y QUE ES IMPORTANTE EL PAPEL QUE JUEGA ACTUALMENTE LA PERIODISTA EN LOS MEDIOS, POR SU VERACIDAD Y VALENTÍA (56%).

PARA CERRAR EL CÍRCULO DE ESTE TRABAJO SE REALIZÓ UN -- SONDEO EN DIEZ PERSONAS PRESTADORAS DE SERVICIOS EN PRENSA -- ESCRITA, RADIO, TELEVISIÓN, SECTOR PÚBLICO Y ASOCIACIONES DE PERIODISTAS, A MANERA DE DESCUBRIR LA OPINIÓN QUE TIENEN CON RESPECTO A LA MUJER EN EL PERIODISMO; EL RESULTADO FUE EL SI GUIENTE:

RESPECTO A CUÁL ES LA ACTITUD DE LA EMPRESA ANTE LA MUJER PERIODISTA EGRESADA, LOS ENTREVISTADOS DE PRENSA (2) RES PONDIERON QUE ES POSITIVA (100%); QUE LA EGRESADA, A DIFERENCIA DE LA PERIODISTA AUTODIDACTA TIENE MAYOR PREPARACIÓN Y -- CULTURA (100%); Y QUE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MUJER PERIODISTA SON: DESENVOLVIMIENTO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y VALENTÍA (100%).

DE RADIO OPINARON QUE LA ACTITUD DE LA EMPRESA ANTE LA MUJER PERIODISTA ES POSITIVA (50%), Y DE DESCONFIANZA (50%); QUE SÍ INFLUYE LA INSTITUCIÓN DE DONDE EGRESÓ LA SOLICITANTE (50%), Y QUE SOLAMENTE CUENTA SU CAPACIDAD (50%); QUE LA -- EGRESADA A DIFERENCIA DE LA AUTODIDACTA TIENE MAYOR PREPARACIÓN Y CULTURA (100%); Y QUE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MUJER PERIODISTA EN GENERAL SON: DESENVOLVIMIENTO, PROFESIONALIS-- MO, GRAN DESEO DE SUPERACIÓN Y VALENTÍA (100%)

DE TELEVISIÓN AFIRMARON QUE LA ACTITUD DE LA EMPRESA ANTE LA PERIODISTA ES POSITIVA (50%), E INDIFERENTE (50%); QUE NO INFLUYE LA INSTITUCIÓN DE DONDE EGRESÓ LA SOLICITANTE, SO LAMENTE CUENTA SU CAPACIDAD (100%); QUE LA EGRESADA A DIFE-- RENCIA DE LA AUTODIDACTA TIENE MAYOR PREPARACIÓN Y CULTURA - (100%); Y QUE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MUJER PERIODISTA -- SON: DESENVOLVIMIENTO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y VALENTÍA (100%).

POR LO QUE CORRESPONDE AL SECTOR PUBLICO, LA ACTITUD ANTE LA PERIODISTA EGRESADA ES POSITIVA (50%), Y DE DESCONFIANZA (50%); QUE SÍ INFLUYE LA INSTITUCIÓN DE DONDE EGRESÓ LA SOLICITANTE (50%), Y QUE SÓLO CUENTA SU CAPACIDAD (50%);- QUE LA PERIODISTA EGRESADA A DIFEREINCIA DE LA AUTOTIDACTA, TIENE MAYOR PREPARACIÓN Y CULTURA (100%); Y QUE LAS CARACTE-

RÍSTICAS DE LA MUJER PERIODISTA SON: DESENVOLVIMIENTO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y VALENTÍA (100%).

FINALMENTE, EN LAS ASOCIACIONES DE PERIODISTAS, QUE LA ACTITUD ANTE LA MUJER PERIODISTA UNIVERSITARIA ES POSITIVA (50%), E INDIFERENTE (50%); QUE SÍ INFLUYE LA INSTITUCIÓN -- DE DONDE EGRESÓ LA SOLICITANTE (50%), Y QUE SÓLO CUENTA SU CAPACIDAD (50%); QUE LA PERIODISTA EGRESADA A DIFERENCIA DE LA AUTODIDACTA, TIENE MAYOR PREPARACIÓN Y CULTURA (100%); Y QUE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MUJER PERIODISTA SON: DESENVOLVIMIENTO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y VALENTÍA -- (100%).

CON LA SUMA DE OPINIONES, RESULTA QUE LA ACTITUD DE LA EMPRESA ANTE LA MUJER PERIODISTA ES POSITIVA (60%); QUE PARA CONTRATARLA SÓLO CUENTA SU CAPACIDAD (70%); QUE LAS PERIODISTAS EGRESADAS, A DIFERENCIA DE LAS AUTODIDACTAS TIENEN MAYOR PREPARACIÓN Y CULTURA (100%); Y QUE LAS CARACTERÍSTICAS DE PERIODISTAS SON: DESENVOLVIMIENTO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACIÓN Y VALENTÍA (100%).

POR OTRA PARTE SE RECURRIÓ A LA BOLSA DE TRABAJO DE LA UNAM PARA SABER CUÁL ES LA DEMANDA DE PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN, Y LA RESPUESTA FUE QUE EN LOS ÚLTIMOS 7 AÑOS HA --

AUMENTADO, DADO QUE EN LAS CASAS EDITORIALES YA LOS CONTRA--
TAN PARA HACER CORRECCIÓN DE ESTILO, PUESTO QUE ANTES DESEM--
PEÑABAN LOS LICENCIADOS EN LETRAS; Y QUE CUANDO OFICINAS DE
GOBIERNO SOLICITAN PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN NO HACEN
DISTINCIÓN DE SEXOS, COSA QUE SÍ SUCEDE CON LA INICIATIVA --
PRIVADA QUE SIEMPRE HACE LA SALVEDAD DE QUE REQUIERE PERSO--
NAL MASCULINO PREFERENTEMENTE:

CON EL FIN DE TENER UNA IDEA DEL PERSONAL FEMENINO QUE
LABORA COMO REPORTERA EN ALGUNOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICA--
CIÓN ACTUALES, SE RECABÓ LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

PRENSA ESCRITA

<u>LA JORNADA</u>	REPORTEROS	REPORTEROS GRÁFICOS	TOTAL
M	15*	2	17
H	18	8	26

* INFORMACIÓN GENERAL 7, CULTURA 3 E INTERNACIONALES 5.

OVACIONES

M	4*	1*	5
H	60	10	70

* INFORMACIÓN GENERAL 4, Y DEPORTES 1.

EL HERALDO

M	17*	0	17
H	32	10	42

* INFORMACIÓN GENERAL 8, ESPECTÁCULOS 2, SOCIALES 6, Y DEPOR--
TES 1.

<u>EXCÉLSIOR</u>	REPORTEROS	REPORTEROS GRÁFICOS	TOTAL
M	19*	0	19
H	97	20	117

* INFORMACIÓN GENERAL 10, SOCIALES 8, Y DEPORTES 1.

SOL DE MÉXICO

M	23*	1*	24
H	28	11	39

* INFORMACIÓN GENERAL 9, SOCIALES 6, CULTURALES 4, ESPECTÁCU
LOS 4, Y DEPORTES 1.

<u>RADIO EDUCACIÓN</u>	REPORTEROS	REDACTORES	TOTAL
M	2*	6	8
H	3	9	12

* INFORMACIÓN GENERAL 2.

RADIO UNAM

M	0	4	4
H	5	1	6

NOTIMEX

M	7*	2	9
H	19	-	19

* INFORMACIÓN GENERAL 6, Y CULTURALES 1.

INFORMEX

M	3*	4	7
H	10	3	13

* INFORMACIÓN GENERAL 3.

IMEVISIÓN

M	13*	9	22
---	-----	---	----

	REPORTEROS	REDACTORES	TOTAL
H	24	10	34

* INFORMACIÓN GENERAL 11, Y CULTURALES 2.

TELEVISIA

M	17*	12	29
H	22	19	41

* INFORMACIÓN GENERAL 7, ESPECTÁCULOS 3, EVENTOS ESPECIALES 3, CULTURALES 2, Y GUARDIAS 2.

DE AQUÍ QUE EN 11 MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LABOREN UN TO--
TAL DE 161 MUJERES Y 419 HOMBRES.

EN CONCLUSIÓN, LA MUJER SE ENFRENTA A MUCHAS LIMITAN--
TES EN SU CAMPO DE ACCIÓN DEBIDO A LA SOCIEDAD MACHISTA QUE
LA RODEA; Y ANTE LA CUAL DEBE CUIDAR MÁ S SU CONDICIÓN DE MU-
JER Y DE ENTE PARTICIPATIVO EN LA COMUNIDAD, PUES POR ESE --
HECHO ES MÁ S SUSCEPTIBLE A LA CRÍTICA QUE MUCHAS VECES LLEGA
HASTA LA CALUMNIA.

SU DESEO DE SUPERACIÓN, ASÍ COMO LA MUESTRA DE SU CAPA-
CIDAD Y PROFESIONALISMO LE HA PERMITIDO INCURSIONAR EN CAM--
POS QUE DURANTE AÑOS ESTUVIERON OCUPADOS POR HOMBRES, ASÍ CO
MO TAMBIÉN ROMPER LAZOS LIMITANTES EN EL CASO DE FUENTES DE
ESPECTÁCULOS Y SOCIALES, SIN, POR DESGRACIA, PODER OCUPAR -
TODAVÍA PUESTOS DE ALTO NIVEL A CAUSA DE FACTORES SOCIOCUL-

TURALES QUE RIGEN NUESTRA SOCIEDAD.

SIN EMBARGO, LAS EMPRESAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN RECONOCEN SU CALIDAD, SU PREPARACIÓN ACADÉMICA SIN DISTINCIÓN DE ESCUELA, Y LA DIFERENCIA QUE EXISTE ENTRE LA PERIODISTA EGRESADA Y LA AUTODIDACTA. LA PRIMERA TIENE MAYOR PREPARACIÓN Y CULTURA, CONCEPTOS QUE LE FUERON IMPARTIDOS EN LAS UNIVERSIDADES, Y QUE PONEN EN PRÁCTICA AL MOMENTO DE SER EMPLEADAS Y CONOCER EL OFICIO.

SE RECONOCE QUE LA MUJER HA SEGUIDO EL MISMO CAMINO QUE EL HOMBRE PARA LLEGAR A SER PERIODISTA. SIN EMBARGO, A PESAR DEL ALTO PORCENTAJE DE MUJERES ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN, SON POCAS LAS QUE TRABAJAN EN LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Y AÚN MENOS LAS QUE OCUPAN PUESTOS DE MANDO.

ESTA CARRERA ES MUCHAS VECES DEVALUADA AL GRADO DE SUBPROFESIÓN, PUES CARECE DEL SEGUIMIENTO ESTADÍSTICO NECESARIO PARA ANALIZAR SU PERCUSIÓN Y REPERCUSIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO, Y DE LA DEBIDA ORIENTACIÓN POR PARTE DE LAS UNIVERSIDADES PARA ADECUAR EL PLAN DE ESTUDIOS A LAS NECESIDADES REALES DEL CAMPO DE ACCIÓN, QUE SI BIEN YA NO SE REDUCE A LA PRENSA ESCRITA POR EL ADVENIMIENTO DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS, VA EN PRONTO CAMINO A LA SATURACIÓN, SI SE TOMA EN CUEN

TA QUE EL EGRESADO DE COMUNICACIÓN ENCUENTRA EN EL DESARPO--
LLO DE LA CARRERA A GENTE DE OTRAS PROFESIONES OCUPANDO JEFA
TURAS DE PRENSA (AHORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL) EN LAS OFICI-
NAS DE GOBIERNO, ADEMÁS DE LOS PERIODISTAS DE OFICIO, LOS AU
TODIDACTAS QUE DOMINAN LA PRÁCTICA, EL QUEHACER COTIDIANO --
DEL REPORTERO COMO CRISTINA PACHECO, ISABEL ARVIDE Y ALICIA
PINEDA.

RESULTA BASTANTE DIFÍCIL PUES, INTEGRARSE A UN GRUPO --
ESTABLECIDO, YA NO DE PERIODISTAS O REPORTEROS, SINO DE EDI-
TORIALISTAS Y ARTICULISTAS, DADO QUE AMBOS PERTENECEN A UNA
MISMA GENERACIÓN QUE CIERRA EL ACCESO A QUIENES EN EL CASO -
DE LAS ARTICULISTAS NO FUERON PRIMERO ESCRITORAS Y DESPUÉS -
PERIODISTAS; ASÍ MARGARITA MICHELENA, MARÍA LUISA MENDOZA Y
MANÚ DORNBIERER.

EN ESTE RUBRO CABE TAMBIÉN MENCIONAR AL GRUPO DE 20 MU-
JERES Y 1 HOMBRE, QUE POR CIERTO SURGE EN PRENSA ESCRITA Y -
DESPUÉS PASA A LA TELEVISIÓN, CASO ESPECÍFICO QUE DEMUESTRA
UNA DETERMINADA IMAGEN DE LA MUJER PERIODISTA, SEÑORAS EN SU
MAYORÍA, QUE VISTEN A LA MODA Y CON CIERTO ALARDE DE UNA CLA
SE SOCIAL ALTA, LO CUÁL OBVIAMENTE NO ESTÁ REÑIDO CON LA PE-
RIODISTA EN GENERAL, PERO EL HECHO DE UTILIZAR LA TELEVISIÓN
COMO FORO CUMPLE CON LAS CONDICIONES DE PRESENTACIÓN, DE IMA

GEN, DE UNA CIERTA CARACTERIZACIÓN QUE SIEMPRE DEBEN CONSERVAR PARA IR ACORDES CON LA PERSONALIDAD QUE MUESTRAN EN LA PANTALLA, Y QUE POR CIERTO A VECES CAE EN LO GROTESCO.

Y ES ESE SENTIDO DE CARACTERIZACIÓN, ADEMÁS DE SABERSE DIFUNDIDA EN FORMA MASIVA, LO QUE MARCA UNA AMPLIA DIFERENCIA ENTRE LAS MUJERES QUE TRABAJAN EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES Y LAS QUE LO HACEN EN PRENSA ESCRITA.

EXISTE ENTRE ELLAS UN MANEJO DE VALORES DISÍMBOLO; POR UN LADO SE ENALTECEN LAS POSIBILIDADES DE LA TELEVISIÓN, LOS ALCANCES DE LA RADIO, Y HASTA CIERTO PUNTO SE MINIMIZA A LA PRENSA ESCRITA, POR ESO LA RESPUESTA DE PATRICIA BERUMEN DEL PORQUÉ SE DEDICÓ A LA TELEVISIÓN: "ME FASCINA LA TELEVISIÓN, LAS POSIBILIDADES DE PRODUCCIÓN, LA MAGIA DE LA IMAGEN Y LA INMEDIATEZ CON QUE SE PUEDE MANEJAR LA INFORMACIÓN. EL PERIÓDICO ES LO QUE ME HA DADO LAS BASES DEL OFICIO, LO QUE ME HA HECHO PERIODISTA".

NO SE PUEDE DEJAR DE RECONOCER QUE LA PRENSA ESCRITA -- FORMA Y FOMENTA EL ESPIRITU DE BÚSQUEDA, DE INVESTIGACIÓN, -- ASÍ COMO DEL DESARROLLO DE IDEAS Y EL PODER DE SÍNTESIS; SIN EMBARGO NO TODAS LAS PERIODISTAS QUE TRABAJAN EN LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS HAN ESCRITO O ESCRIBEN LOS DIARIOS O REVISTAS,--

Y SI EN CAMBIO, LA MAYOR PARTE DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DESEAN LLEGAR A FORMAR PARTE DE ESOS MEDIOS INFORMATIVOS, POSICIÓN QUE ALIMENTA AÚN MÁS EL DIVORCIO ENTRE LA FORMACIÓN ACADÉMICA Y EL CAMPO DE TRABAJO.

SIN APASIONAMIENTOS, Y CON UNA VISIÓN NETAMENTE OBJETIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU REPERCUSIÓN EN LA OPINIÓN PÚBLICA, TODOS SON PARTE DE UN SISTEMA, POR TANTO, SON COMPLEMENTARIOS; LA RADIO Y LA TELEVISIÓN PUEDEN CAPTAR LA NOTICIA CON IMÁGEN EN FORMA INMEDIATA Y LLEGAR A RINCONES BASTANTE LEJANOS, MIENTRAS LA PRENSA ESCRITA COMPLEMENTA Y AMPLÍA LA INFORMACIÓN BRINDADA POR MEDIOS ELECTRÓNICOS EN BASE AL MANEJO DE LA LETRA QUE PERMITE LA INVESTIGACIÓN Y EL ANÁLISIS; SE PUEDE CONSERVAR PARA RELECTURA O CONSULTA.

ESTÁ TAMBIÉN EL CASO DE LAS PUBLIRRELACIONISTAS QUE SE MUOVEN EN AGENCIAS DE PUBLICIDAD O EN OFICINAS DE RELACIONES PÚBLICAS, Y QUE PARTICIPAN DE ALGÚN MODO EN LA LABOR EDITORIAL COMO EL CASO DE KENA MORENO.

HASTA AQUÍ LAS GRANDES DIVISIONES QUE PRESENTA EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN: LA UNIVERSITARIA Y LA AUTODIDACTA; LAS PERIODISTAS Y LAS ESCRITORAS; LAS PUBLIRRELACIONISTAS; LAS DE MEDIOS IMPRESOS Y MEDIOS ELECTRÓNICOS Y DE TODO ESE EJÉR-

CITO DE MUJERES QUE INTEGRAN CADA UNO DE LOS RUBROS, SE PUEDE HABLAR DE 2 QUE OCUPAN PUESTOS DE MANDO: CARMEN LIRA, SUBDIRECTORA DE LA JORNADA, Y SOCORRO DÍAZ PARTE DEL CUERPO DIRECTIVO DEL PERIÓDICO EL DÍA.

TODA ESTA GAMA DE ACCIONES Y POSICIONES DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPIDE AHORA PODER ESTABLECER UN PROTOTIPO DE LA PERIODISTA MEXICANA, EN UN TIEMPO SE CALIFICÓ DE ANTIFEMENINA Y RUDA; Y DESPUÉS PREVALECIÓ Y AÚN PERSISTE EN ALGUNAS PERSONAS LA IDEA DE LA PERIODISTA ATRACTIVA, LLAMÁNDOLE ASÍ A LAS LECTORAS DE NOTICIAS (DOLORES AYALA, LOURDES GUERRERO Y GRACIELA RINCÓN, ENTRE OTRAS).

CAPITULO NUM. 5

CONCLUSIONES

LA MUJER SE INTEGRÓ AL TRABAJO REMUNERADO DEBIDO A LAS EXIGENCIAS DE LA SOCIEDAD, CUYO DESARROLLO NECESITÓ DE LA MANO DE OBRA FEMENINA, DE ESA MANERA AMPLIÓ PAULATINAMENTE SUS FUENTES DE EMPLEO, Y LAS POSIBILIDADES DE INCLUIR A LA MUJER EN ÁREAS DE TRABAJO PROPIOS DE LA ERA INDUSTRIAL Y POST-INDUSTRIAL.

EN MÉXICO, CONFORME AL PROCESO ECONÓMICO DEL PAÍS, LOS CAMPOS DE ACCIÓN PARA LA MUJER TUVIERON GRAN APERTURA, Y HUBO DE CUMPLIR DOS TAREAS; LA DEL HOGAR Y LA DEL TRABAJO.

SIN EMBARGO, ESA AMPLITUD DE ÁREAS NO HA CAMBIADO SUFICIENTEMENTE EL CRITERIO DE LA SOCIEDAD ACERCA DE LA MUJER -- QUE TRABAJA FUERA DE CASA. ES TRATADA COMO SECTOR HETEROGÉNEO, PARA EL CUAL SE ELABORAN PLANES Y PROGRAMAS ESPECÍFICOS, CON EL MISMO MÉTODO QUE SE USA CON SECTORES MARGINADOS DE LA SOCIEDAD, COMO EL CAMPESINO.

POR CAUSA DE ESA ACTITUD QUE PRETENDE RELEGAR A LA MUJER, NO SE RESPETA SU PREPARACIÓN, POR LO QUE ES MOTIVO DE -

DESDÉN CUANDO LOGRA OBTENER UN PUESTO DE MANDO, LO QUE DEJA CLARA LA FALTA DE CONFIANZA EN SU POTENCIAL DE TRABAJO, TANTO POR PARTE DE LOS HOMBRES, CUANTO POR LAS MUJERES.

ES AÚN LA MUJER, DESTINATARIA PRINCIPAL (JUNTO CON LOS NIÑOS) DE LA PUBLICIDAD, ALIADA INVOLUNTARIA DE LA SOCIEDAD MACHISTA, QUE HA DADO EN IMPONERLE LA NECESIDAD DE SER BELLA Y ATRACTIVA PARA QUE LA TOMEN EN CUENTA.

CLARA MUESTRA DE ELLO SON LAS MUJERES QUE SELECCIONAN - PARA LEER NOTICIAS EN TELEVISIÓN; MUJERES QUE ADEMÁS SIGUEN ESTEREOTIPOS QUE DISTORSIONAN Y CONFUNDEN LA IMAGEN DE LA PERIODISTA, DE LA AUTÉNTICA REPORTERA.

A LOS OBSTÁCULOS QUE LA MUJER DEBE SUPERAR EN LA VIDA - LABORAL SE SUMAN LOS ESPECÍFICOS DE LA PROFESIÓN DEL PERIODISMO; LA CARRERA DE COMUNICACIÓN HA TENIDO APROXIMADAMENTE 30,696 ALUMNOS, DESDE SU CREACIÓN EN LAS INSTITUCIONES ACADÉMICAS QUE SE TOMARON EN CUENTA PARA ESTE TRABAJO, Y EL NÚMERO DE TITULADOS HASTA EL MOMENTO (JULIO 1986) ES DE 836. DATOS QUE MUESTRAN CLARAMENTE EL FENÓMENO DE NO TITULACIÓN DE LOS EGRESADOS DE ESTA ESPECIALIDAD.

ENTRE OTRAS RAZONES ESTÁ, QUE EL EJERCICIO DE LA CARRE-

RA NO LA EXIGE, POR TANTO, RESULTA LO MISMO TENER EL TÍTULO O NO; LAS RAMAS DE LA COMUNICACIÓN SON DIVERSAS PERO TAMBIÉN ABSORBENTES, MUCHOS NO REGRESAN A LAS ESCUELAS POR FALTA DE TIEMPO PARA REALIZAR LOS TRÁMITES DE TITULACIÓN; NO EXISTE MOTIVACIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO.

LAS MISMAS UNIVERSIDADES Y ESCUELAS DE COMUNICACIÓN NO HAN VALORADO LA IMPORTANCIA DE ESTA CARRERA, PUES NO EXISTEN DATOS PRECISOS DE LOS EGRESADOS Y SU DESTINO FINAL EN EL ÁREA LABORAL. SE PREPARAN PROFESIONALES Y SE LANZAN AL MERCADO DE TRABAJO DONDE DESCUBREN NUEVOS SISTEMAS DE APLICACIÓN Y PRÁCTICA DE AQUELLO QUE APRENDIERON EN LAS AULAS, Y TAMBIÉN DE AQUELLO QUE NO APRENDIERON, ELLO HACE EVIDENTE LA NECESIDAD DE INCLUIR MÁS PRÁCTICA EN LOS PLANES DE ESTUDIO, Y LA DE ADECUAR ÉSTOS A LAS NECESIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CON LA FINALIDAD DE TRATAR DE EVITAR EL SUBEMPLEO, LA SATURACIÓN DE ESPECIALIDADES Y PARA LOGRAR MÁXIMO APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS HUMANOS PREPARADOS.

ASIMISMO, ES NECESARIO QUE LOS PLANES DE ESTUDIO CONTENGAN MATERIAS SEMEJANTES O EQUIVALENTE Y QUE ÉSTOS CONDUZCAN A NIVELES PROFESIONALES EQUIVALENTES, PUESTO QUE EXISTE GRAN VARIEDAD DE MATERIAS Y CRITERIOS EN LAS DIFERENTES ESCUELAS; EN LAS DE LA UNAM (FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIA---

LES, ENEP ARAGÓN Y ACATLÁN) SE PROCURA LA CULTURA GENERAL - ADAPTADA AL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN; EN LA ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIÉN" EL ESTUDIO ES TÉCNICO-PRÁCTICO Y SE DEDICA A LAS RAMAS DE LA COMUNICACIÓN, Y EN LAS UNIVERSIDADES ÍBEROAMERICANA Y ANÁHUAC SE INCLUYEN MATEMÁTICAS Y ESTADÍSTICA ADEMÁS DE OTRAS RELACIONADAS CON LA COMUNICACIÓN. -- EN ESA ÚLTIMA INSTITUCIÓN SE IMPARTE TAMBIÉN TEATRO COMO MATERIA OBLIGATORIA.

DE IGUAL MANERA, A PESAR DEL AUGE QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, TODAVÍA HAY CONFUSIÓN, ENTRE LAS ESTUDIANTES, SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE ÉSTA IMPLICA. AÚN NO TIENEN UNA IDEA CLARA DEL FUNCIONAMIENTO DE LOS MEDIOS, POR LO QUE, EN GENERAL, SE DEJAN ATRAER POR LA PANTALLA CHICA EN LA CUAL SE IMAGINAN APARECERÁN BIEN MAQUILLADAS Y VESTIDAS, Y QUE LA GENTE LAS RECONOCERÁ DOQUIERA QUE VAYAN.

SIN EMBARGO, EXISTEN MUCHAS OTRAS OPCIONES Y VARIANTES DADA LA AMPLIA GAMA DE ACTIVIDADES QUE INCLUYE EL PERIODISMO, CARACTERÍSTICA QUE HA HECHO QUE SE CONVIERTA EN ACTIVIDAD DE MUJERES, DEBIDO AL GRAN NÚMERO DE ELLAS QUE LA CURSAN; ADEMÁS, DE ACUERDO AL DATO PROPORCIONADO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES DE LA UNAM, EN ESA INSTITUCIÓN LA

CARRERA DE COMUNICACIÓN ES LA QUE TIENE MAYOR DEMANDA DESPUÉS DE MEDICINA, ALGO SEMEJANTE SUCEDE EN LAS DEMÁS ESCUELAS DE LA ESPECIALIDAD.

PESE A QUE LA POBLACIÓN FEMENINA DE LA CARRERA EN LA COMUNICACIÓN ES NUMEROSA, RESULTA PARADÓJICO QUE EL NÚMERO DE MUJERES QUE TRABAJAN ACTUALMENTE EN LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN SEA PEQUEÑO.

DE 580 REPORTEROS DISTRIBUIDOS EN CINCO PERIÓDICOS, DOS ESTACIONES DE RADIO, DOS AGENCIAS INFORMATIVAS Y DOS CADENAS DE TELEVISIÓN, SÓLO 161 SON MUJERES, Y 419 SON HOMBRES.

SI EN ESE NÚMERO SE BUSCA A AQUELLAS QUE EJERCEN JERARQUÍAS ALTAS, RESULTA QUE NO SON MÁS DE TRES, LO CUAL DEJA CLARO QUE LA ACTIVIDAD LABORAL DE LA MUJER, AÚN NO SE RECONOCE EN SU VALÍA; QUE LA SOCIEDAD NO LE HA PERMITIDO DEMOSTRAR SU CAPACIDAD PARA COORDINAR; QUE LA MISMA MUJER HA TEMIDO, EN CIERTA FORMA, ASUMIR LA TOMA DE DECISIONES; QUE LAS CASADAS NO PUEDEN SER TRABAJADORAS DE TIEMPO COMPLETO, CONDICIÓN QUE MUCHAS VECES ES INDISPENSABLE PARA EJERCER CARGOS DE RANGO ELEVADO; QUE EN GENERAL, FALTA CONFIANZA PARA QUE ELLAS NO SÓLO SEAN PARTE DEL EQUIPO DE TRABAJO, SINO DIRECTIVAS DEL MISMO.

SE SUGIERE REVISIÓN DE LOS PLANES DE ESTUDIO, ASÍ COMO SEGUIMIENTO ESTADÍSTICO DE LOS EGRESADOS, PUES ÉSTOS ASPIRAN A INGRESOS INMEDIATOS E IMPORTANTES EN EL MERCADO DE TRABAJO, PERO ÉSTE NO PROPORCIONA A TODOS ELLOS; POR TANTO, LAS UNIVERSIDADES SE CONVIERTEN EN PRODUCTORES AL MAYOREO, ES DECIR, CREAN UN EJÉRCITO DE PROFESIONALES QUE NO ENCUENTRAN TRABAJO Y DAN ORIGEN A SERES FRUSTADOS, YA SEA POR FALTA DE EMPLEO, POR ACEPTAR SUBEMPLEOS, O POR REALIZAR TAREAS QUE NO REQUIEREN DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS, COMO LAS DE SER RECOR TADOR DE NOTICIAS EN VEZ DE ANALISTA DE INFORMACIÓN.

ES NECESARIO RECONOCER EL VALOR AUTÉNTICO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, DE ESA MANERA TAMBIÉN EL ESTADO PODRÍA BENEFICIARSE CON EL SERVICIO DE PROFESIONALES UNIVERSITARIOS PARA ESTUDIOS DE OPINIÓN, ANÁLISIS DE INFORMACIÓN, SEGUIMIEN--TOS INFORMATIVOS, SONDEOS Y ENCUESTAS DE CAMPO, SERVICIOS -- QUE FRECUENTEMENTE EL GOBIERNO ENCARGA A COMPAÑÍAS PRIVADAS; ASIMISMO, SE DEBERÍA EXIGIR LA CÉDULA PROFESIONAL QUE EXPIDE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PROFESIONES DESDE 1980, PARA EJERCER LA CARRERA DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN, CON EL ARGUMENTO - DE LA RESPONSABILIDAD QUE TIENE EL PERIODISTA CON LA SOCIE--DAD AL SER GENERADOR DE OPINIÓN, SIN COARTAR LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN QUE GARANTIZA EL ARTÍCULO 70. DE LA CONSTITUCIÓN - POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

NO SE PUEDE LLEGAR A CONCLUSIONES TERMINALES EN ESTE TEMA, PUES AÚN FALTAN DATOS PRECISOS ACERCA DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA; POR EL MOMENTO LO ÚNICO QUE EXISTE SON INDICADORES, DE AHÍ QUE ESTE TRABAJO CONTenga SÓLO ELEMENTOS PARA SU ESTUDIO.

CABE ENTONCES RESUMIR QUE EN ESTE TRABAJO SE CONSIDERA A LA MUJER EN EL ASPECTO GENERAL DE SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA, EN LO SOCIAL, Y EN LO PARTICULAR CON RELACIÓN A LA CARRERA DE COMUNICACIÓN; DE ESTO ÚLTIMO SE DESPRENDE QUE HAY PEQUEÑOS GRUPOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EL DE MUJERES DE LETRAS QUE PASARON AL PERIODISMO, EL DE AUTODIDACTAS Y EL DE EGRESADAS DE ESCUELAS PROFESIONALES ESPECIALIZADAS. TODOS ELLOS DISPERSOS, Y CON SUS RESPECTIVAS POSTURAS, POR LO QUE PARA DEFINIR EL PERFIL DE LA PERIODISTA ES NECESARIO ANALIZAR ESOS DIFERENTES MATICES.

HABRÍA QUE INVESTIGAR HASTA QUÉ PUNTO HA INFLUIDO CADA UNO DE ESOS GRUPOS EN EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN; CUÁNTAS MUJERES Y EN QUÉ RUBROS DE LOS MEDIOS DE LA COMUNICACIÓN TRABAJAN, QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENEN; EN CUÁL MEDIO SE HAN DESARROLLADO FUNDAMENTALMENTE; CUÁNTAS Y CUÁLES DE ELLAS HAN LOGRADO, MEDIANTE EL PERIODISMO, BUENA POSICIÓN ECONÓMICA, SOCIAL O DE SATISFACCIÓN PERSONAL.

DEBIERA TAMBIÉN CONSIDERARSE QUE EL PERIODISMO EN NUESTRO PAÍS SE HA HECHO CON ACADEMIA O SIN ELLA; EL LICENCIADO EN COMUNICACIÓN NO HA INFLUIDO DE MANERA IMPORTANTE EN EL -- MERCADO DE TRABAJO, POR LO QUE HABRÍA DE AVERIGUAR EL DESTINO LABORAL DE LOS EGRESADOS, CON EL ANTECEDENTE DE QUE EN EL AMBIENTE ACADÉMICO LA POBLACIÓN FEMENINA ES BASTANTE NUMEROSA Y, SIN EMBARGO, EN EL ÁREA DE TRABAJO PREDOMINAN LOS HOMBRES. DE AQUÍ QUE SURJA LA INTERROGANTE DE QUE O NO TODAS -- LAS MUJERES DECIDEN EJERCER LA CARRERA, O NO TODOS LOS HOM-- BRES QUE LABORAN EN LOS MEDIOS SON EGRESADOS.

ASIMISMO, VALDRÍA ANALIZAR EL ASPECTO ACADÉMICO EN GENERAL, CON BASE EN QUE DE 30,696 EGRESADOS SÓLO HAY 530 REPORTEROS, EN 11 MEDIOS DE COMUNICACIÓN; ESTE DATO SE DEBE AM--- PLIAR CON LOS DE AQUELLOS QUE SE DESARROLLAN EN OTRAS RAMAS DE LA CARRERA, PERO AÚN ASÍ NO SE CUBRIRÍA LA CIFRA TOTAL, -- DEBIDO ENTRE OTRAS COSAS, A QUE LOS MEDIOS NO HAN DEMOSTRADO INTERÉS EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA, BIEN PORQUE SUS PRESUPUES -- TOS SON BAJOS PARA OFRECER SUELDOS ÓPTIMOS A PROFESIONALES -- DE LA COMUNICACIÓN, Y PORQUE REQUIEREN DE GENTE QUE SE ADAPTE A LOS INTERESES DE LA EMPRESA.

ALGUNOS TITULADOS REGRESAN A LAS UNIVERSIDADES A DAR -- CLASES O A REALIZAR INVESTIGACIONES, LO QUE HA TRAÍDO COMO --

CONSECUENCIA LA IMPARTICIÓN DE UNA CARRERA DE COMUNICACIÓN - BASTANTE TEÓRICA, EN LA QUE BIEN SE PODRÍAN ACTUALIZAR LOS PLANES DE ESTUDIO, ADECUAR ÉSTOS A LA PLANTILLA DE PROFESORES, DE INVESTIGADORES Y EXAMINAR EL GRADO DE IMPORTANCIA -- QUE LAS MISMAS UNIVERSIDADES DAN A ESTA ESPECIALIDAD.

TAMBIÉN ES NECESARIO PUGNAR POR LA CREACIÓN DE UN COLEGIO DE COMUNICACIÓN, NO SÓLO COMO VEHÍCULO DE UNIÓN, FUERZA E INTERCAMBIO, SINO COMO IMPULSOR Y CONCIENTIZADOR DE LA IMPORTANCIA DEL PERIODISTA EN LA SOCIEDAD, Y DE AHÍ LA CONVENIENCIA DE QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS EMPRESAS PRIVADAS EXIJAN CÉDULA PROFESIONAL PARA EL EJERCICIO DE ESTA CARRERA, AÚN CUANDO LA OPINIÓN DE DIVERSOS GRUPOS DE PERIODISTAS EMPÍRICOS QUE VEN LAS CONDICIONES DE SU EMPLEO DESDE SU FORO DE TRABAJADORES DE LOS MEDIOS Y NO COMO PROFESIONALES, SEA LA NO COLEGIACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO, QUE ANTES NO SE CONSOLIDÓ POR CARECER DE LOS 100 TITULADOS QUE SE NECESITAN PARA FORMAR EL COLEGIO.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- ALEGRIA, JUANA. "SICOLOGÍA DE LAS MEXICANAS", ED. SAMO, MÉXICO, 1974.
- ALVEAR, ACEVEDO CARLOS. "BREVE HISTORIA DEL PERIODISMO". ED. JUS, MÉXICO, 1965.
- ANDREE, MICHEL. "EL FEMINISMO", ED. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, MÉXICO, 1983.
- ANDREE, MICHEL. "LA MUJER EN LA SOCIEDAD MERCANTIL", ED. SIGLO XXI, MÉXICO, 1980.
- ANUIES, "ANUARIO ESTADÍSTICO", EDICIÓN DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA SUPERIOR.
- ARREDONDO RAMÍREZ, MARTALUZ. "LA MUJER PROFESIONAL Y EL TRABAJO", ED. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS, MÉXICO, 1984.
- ARREOLA, JUAN JOSÉ. "IMÁGEN Y REALIDAD DE LA MUJER", ED. SEP SETENTAS. MÉXICO 1975.
- AUTORES VARIOS. "MUJERES QUE HABLAN", ED. INSTITUTO MEXICANO DE ESTUDIOS SOCIALES, A.C., MÉXICO, 1971.
- AUTORES VARIOS. "ENCUENTRO SOBRE LA SITUACIÓN DE LA MUJER EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE HOY", ED. POLÍTICA, LA HABANA, 1985.
- AUTORES VARIOS. "LA FORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN AMÉRICA LATINA", CEESTEM, ED. NUEVA IMÁGEN, MÉXICO, 1981.

- AUTORES VARIOS. "ASPECTOS DE LA HISTORIA DE LA MUJER", ED. -
SERBAL, LIBROS DEL TIEMPO, MÉXICO.
- BAENA, GUILLERMINA. "MANUAL PARA ELABORAR TÉCNICAS DE INVE-
STIGACIÓN DOCUMENTAL", ED. UNAM, MÉXICO, 1975.
- BOKELMANN, M. "FORMACIÓN Y FEMINISMO, SOCIEDADES DE LA OPI--
NIÓN PÚBLICA", ED. GUSTAVO GILI, MÉXICO.
- CASTELLANOS, ROSARIO. "MUJER QUE SABE LATÍN", ED. DIANA, MÉ-
XICO, 1976.
- CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE LA MUJER. "LA MUJER EN MÉXICO", MÉ-
XICO, 1945.
- CONAPO. "PROGRAMA DE MÉXICO PARA EL AÑO INTERNACIONAL DE LA
MUJER EN MÉXICO", MÉXICO, 1975.
- CONAPO. "BIBLIOGRAFÍA SOBRE LA MUJER EN MÉXICO", MÉXICO, ---
1984.
- CONAPO. "PROGRAMA NACIONAL DE ACCIÓN PARA LA INTEGRACIÓN DE
LA MUJER EN EL DESARROLLO", MÉXICO, 1983.
- CONSULTA POPULAR. "PARTICIPACIÓN DE LA MUJER 1982-1988", ED.
IEPES, MÉXICO, 1981.
- COSTA, DALLA. "EL PODER DE LA MUJER Y LA SUBERSIÓN DE LA CO-
MUNIDAD", ED. SIGLO XXI, MÉXICO.
- DE BEAUVOIR, SIMONE. "EL SEGUNDO SEXO", ED. SIGLO XX, 1986.
- ELU DE LEÑERO, MA. DEL CARMEN. "¿HACIA DÓNDE VA LA MUJER ME-
XICANA", ED. INSTITUTO MEXICANO DE ESTUDIOS SOCIA
LES, MÉXICO.

- ELU DE LEÑERO, MA. DEL CARMEN. "EL TRABAJO DE LA MUJER MEXICANA; ALTERNATIVA PARA EL CAMBIO", ED. INSTITUTO MEXICANO DE ESTUDIOS SOCIALES, MÉXICO, 1975.
- FORENOSO DE OBREGÓN, ADELA. "LA MUJER MEXICANA EN LA ORGANIZACIÓN SOCIAL DEL PAÍS", ED. TALLERES GRÁFICOS, MÉXICO, 1939.
- GARZA, ARIO. "MANUAL DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA ESTUDIANTES DE CIENCIAS SOCIALES", ED. COLEGIO DE MÉXICO, MÉXICO, 1976.
- GUY, STANDING. "SUPRA", NOTA 2, ESTADOS UNIDOS.
- HALIMI, GISELE. "LA CAUSA DE LAS MUJERES", SERIE POPULAR ERA MÉXICO, 1983.
- HIDALGO Y MONDRAGÓN, BERTHA. "LA MUJER EN EL PERIODISMO", MÉXICO, 1947.
- LARROYO, FRANCISCO. "HISTORIA COMPARADA CON LA EDUCACIÓN EN MÉXICO", ED. PORRÚA, MÉXICO, 1973.
- LOYOLA, ELIANA. "MUJERES CON OFICINA PROPIA", ED. ERCILLA -- (1780), MÉXICO, 1976.
- LOPEZ PORTILLO, JOSÉ. "COMUNICACIÓN SOCIAL", CUADERNOS DE FILOSOFÍA POLÍTICA, SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y -- PRESUPUESTO, MÉXICO, 1979.
- MARIAS, JULIÁN. "LA MUJER EN EL SIGLO XX", ALIANZA EDITORIAL 1980.
- MATTERLAT, MICHEL. "LA CULTURA DE LA OPRESIÓN FEMENINA", SERIE POPULAR ERA, MÉXICO, 1982.

- MAYORGA, WILFRIDO. "LA REBELIÓN DE LAS MUJERES", ED. ERCILLA (1720), MÉXICO, 1969.
- ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS. "COMISIÓN DE LA CONDICIÓN JURÍDICA Y SOCIAL DE LA MUJER".
- PARDINAS, FELIPE. "METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIA SOCIAL" ED. SIGLO XXI, MÉXICO.
- PEÑA, RODOLFO. "LA MUJER EN NUESTRO MUNDO. 'ANTOLOGÍA'", MÉXICO, 1975.
- PIERRETE, SARTIN. "LA PROMOCIÓN DE LA MUJER", ED. NUEVA COLECCIÓN LABOR, MÉXICO, 1973.
- RANDALL, MARGARETE. "NO SE PUEDE HACER LA REVOLUCIÓN SIN NOSOTRAS". SERIE TESTIMONIO, COLECC. NUESTROS PAÍSES, CASA DE LAS AMÉRICAS, LA HABANA, CUBA, 1978.
- SAENZ ARROYO, ARTEMISA. "HISTORIA POLÍTICA, SOCIAL Y CULTURAL DEL MOVIMIENTO FEMENINO EN MÉXICO 1914-1950" MÉXICO 1955.
- SECRETARIA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO. "LA MUJER EN SUS ACTIVIDADES" MÉXICO, 1981.
- TECLA ALFREDO Y GARZA RAMOS ALBERTO. "TEORÍA, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL", EDICIONES DEL TALLER ABIERTO, MÉXICO, 1981.
- UNAM. "LA MUJER EN LA UNIVERSIDAD. EL CASO DE LA UNAM", REVISTA DESLINDE, TOMO XI-121, MÉXICO, 1980.
- UNAM. GACETA UNIVERSITARIA, TERCERA ÉPOCA, VOL. XI, No.31, MÉXICO, 1975.

A N E X O S

CUADRO NUM. 1
 INSTITUCIONES QUE IMPARTEN LA CARRERA DE COMUNICACION

ESTADO	INSTITUCION	CARACTER	AREA	CARRERA	TÍTULO
CAMPECHE	INSTITUTO CAMPECHANO	PÚBLICO	CIENCIAS SOCIALES	PERIODISMO Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	LICENCIATURA
COAHUILA	U. AUTÓNOMA DE COAHUILA.	PÚBLICO	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	LICENCIATURA
DISTRITO FEDERAL	U. NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO	PÚBLICO	FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	LICENCIATURA
	ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ARAGÓN	PÚBLICO		CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	LICENCIATURA
	ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLÁN	PÚBLICO		CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	LICENCIATURA
	U. AUTÓNOMA METROPOLITANA XOCHIMILCO	PÚBLICO	DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	LICENCIATURA

ESTADO	INSTITUCION	CARACTER	AREA	CARRERA	TITULO
	U. IBEROAMERICANA	PRIVADO VALIDEZ OF. S.E.P.	DEPARTAMENTO DE COMUNICACION	CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA INFORMACION MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA
	U. ANÁHUAC	PRIVADO INCORPORADA A LA UNAM	ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION	CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL	LICENCIATURA
	U. LA SALLE	PRIVADO	COMUNICACION	CIENCIAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA
	U. INTERCONTINENTAL	PRIVADO		CIENCIAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA
	ESCUELA DE PERIODISMO "CARLOS SEPTIEN"	PRIVADO VALIDEZ OF. UNAM		PERIODISMO REDACCION Y REPORTAJE GRAFICO	LICENCIATURA REPORTERO GRAFICO
	U. LATINOAMERICANA	PRIVADO VALIDEZ OF. UNAM	ESCUELA DE COMUNICACION Y RELACIONES PUBLICAS	COMUNICACION Y RELACIONES PUBLICAS	LICENCIATURA
	U. TEPEYAC	PRIVADO VALIDEZ OF. S.E.P.		CIENCIAS Y TÉCNICAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA

CUADRO NUM. 1 HOJA 3

ESTADO	INSTITUCION	CARACTER	AREA	CARRERA	TITULO
DURANGO	T. SUPERIOR DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA, A.C.	PRIVADO	ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN	CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN	LICENCIATURA
GUANAJUATO	U. DEL BAJÍO, A.C.	PRIVADO		PERIODISMO Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA	LICENCIATURA
JALISCO	U. AUTÓNOMA DE GUADALAJARA	PRIVADO	ESCUELA DE PERIODISMO	PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA	LICENCIATURA
	I. TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE	PRIVADO	ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	LICENCIATURA
NUEVO LEON	U. AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN	PÚBLICO	FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES	PERIODISMO	LICENCIATURA
	I. TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES	PRIVADO	DIVISIÓN DE CIENCIAS Y HUMANIDADES	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN MAESTRÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN	LICENCIATURA

CUADRO NUM. 1 HOJA 4

ESTADO	INSTITUCION	CARACTER	AREA	CARRERA	TITULO
	U. REGION MONTANA	PRIVADO	DIVISION DE COMUNICACION SOCIAL	CIENCIAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA
SINALOA	U. AUTONOMA DE SINALOA	PUBLICO	ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES	CIENCIAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA
TAMAULIPAS	U. DEL NOROESTE	PRIVADO		PERIODISMO	PERIODISTA
VERACRUZ	U. VERACRUZANA	PUBLICO	FACULTAD DE PERIODISMO	CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA
YUCATAN	U. DE YUCATÁN	PUBLICO		CIENCIAS DE LA COMUNICACION	LICENCIATURA

1.-¿POR QUE ELEJISTE LA CARRERA DE PERIODISMO?

	DMAR	U A	U I A	EPCT	ENEP	TOTAL		
	%	%	%	%	%	%		
A) PROTECCION DE LA CARRERA	12	24%		7	14%	1 21 10 201 30 12%		
B) DIVERSOS CAMPOS DE ACCION	5	10%	18	36%	5	10%	4 8% 5 10% 37 15%	
C) POR SUS MATERIAS	3	6%		1	2%		1 2% 3 2%	
D) POR COSTO Y APETITES	12	24%	7	14%	10	20%	21 42% 18 36% 68 27%	
E) POR BRINDAR INFORMACION	1	2%	1	2%			2 4% 4 2%	
F) INTERES POR LOS MEDIOS DE COMUNICACION	9	18%	7	14%	15	30%	3 10% 36 14%	
G) POR RELACION CON LAS CIENCIAS SOCIALES	3	6%		1	2%		5 10% 9 4%	
H) POR LA COMUNICACION EN SI	5	10%	1	2%			13 26% 5 10% 19 8%	
I) PORQUE DA CULTURA			1	2%			7 14% 3 6% 11 4%	
J) POR LAS RELACIONES PUBLICAS			15	30%	9	18%	24 12%	
K) OTROS					2	4%	2 4% 3 6% 7 3%	
TOTALES :	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%

2.-¿QUE ESPERAS DE LA CARRERA?

A) REALIZACION PERSONAL	11	22%	22	44%	16	32%	15	30%	9	18%	73	29%
B) ENCONTRAR TRABAJO	3	6%							1	2%	4	2%
C) SUPERACION Y SATISFACCION PERSONAL	14	28%	12	24%	16	32%	21	42%	17	34%	80	32%
D) OBTENER TEORIA Y Poner PRACTICA	2	4%	2	4%	7	14%			4	8%	15	6%
E) HACER UNA LABOR SOCIAL	4	8%	6	12%	1	2%	2	4%	6	12%	17	7%
F) CONOCER LOS MEDIOS DE COMUNICACION	5	10%			7	14%	4	8%	3	6%	19	8%
G) ADQUIRIR CULTURA	2	4%	7	14%	1	2%			1	2%	11	4%
H) OTROS	9	18%	3	6%	2	4%	8	16%	9	18%	31	12%
TOTALES :	50	100%	250	100%								

3.-¿QUE OPINAS SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS?

A) EN IMPORANTE	12	24%			1	2%			7	14%	20	8%
B) MUY BUENO TEORICO	16	32%	13	26%	11	22%			21	42%	61	24%
C) EN BUENO	11	22%	33	66%	19	38%	40	80%	21	42%	124	50%
D) ESTA INCOMPLETO	1	2%			2	4%					3	1%
E) ES DEFICIENTE	4	8%	2	4%	11	22%			1	2%	20	8%
F) ACEPTABLE	3	6%			6	12%	10	20%			19	8%
G) OTROS	1	2%	2	4%							3	1%
TOTALES :	50	100%	250	100%								

URAR U A U A EPCS EKEP TOTAL

HOM % SON X HOM 1 HOM 1 HOM 1 HOM 1 HOM 1

4.-¿TIENES ALGO QUE SUGIERAS PARA QUE SE INCLUYERA EN EL PLAN DE ESTUDIOS?

A) MAS PRACTICA	33	66%	14	28%	21	42%	20	40%	38	76%	126	50%
B) MENOS ACTUALIZABLE	7	14%	2	4%			2	4%	7	14%	18	7%
C) NADA	5	10%	28	56%	20	40%	20	40%			73	29%
D) MAS IDIOMAS			2	4%	1	2%			3	6%	6	2%
E) MAS ECONOMIA							2	4%			2	1%
F) MAS FOTOGRAFIA							2	4%			2	1%
G) MAS PSICOLOGIA							2	4%			2	1%
H) RETORICA					7	14%					7	3%
I) OTROS			4	8%	1	2%	2	4%	2	4%	14	6%
TOTALES:	50	100%	250	100%								

5.-¿CUAL ES PARA TI LA SITUACION ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO?

A) EFICIENTES	2	4%	12	24%	30	60%	18	36%	4	8%	66	26%
B) ENLACE DE MEXICO Y EL MUNDO	3	6%	1	2%					1	2%	5	2%
C) INTERCAMBIO DE GENTE NO PREPARADA	7	14%	7	14%	2	4%			5	10%	21	8%
D) MANIPULADOS POR INTERESES PARTICULARES Y EXTRANJEROS	19	38%	19	38%	2	4%	25	50%	22	44%	87	35%
E) DE AGRESA A LA OPINION PUBLICA	2	4%							1	2%	3	1%
F) PALLA	7	14%	7	14%	10	20%	4	8%	6	12%	34	13%
G) EN APORTE	7	14%			2	4%			3	6%	12	5%
H) OTROS	3	6%	4	8%	4	8%	3	6%	8	16%	22	9%
TOTALES:	50	100%	250	100%								

6.-¿QUE ESPERAS DEL MERCADO DE TRABAJO EN LOS DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACION?

A) INCREMENTAR EN RADIO	18	36%	12	24%					15	30%	45	18%
B) INCREMENTAR EN PUNTERIA ESCRITA	16	32%	24	48%	6	12%	8	16%	20	40%	74	30%
C) INCREMENTAR EN TELEVISION	10	20%	10	20%	14	28%	20	40%	10	20%	44	18%
D) INCREMENTAR EN CINE	3	6%	2	4%			3	6%	1	2%	9	4%
E) INCREMENTAR EN EL AREA DE PUBLICIDAD	1	2%			20	40%	11	22%			32	13%
F) RELACIONES PUBLICAS					7	14%	5	10%	1	2%	13	5%
G) NO LO SE	2	4%	2	4%	3	6%	3	6%	3	6%	13	5%
TOTALES:	50	100%	250	100%								

7.-¿CUAL ES TU EXPECTATIVA SOBRE EL MERCADO DE TRABAJO?

	UNAM		UA		UIA		EPCS		ENEP		TOTAL	
	NUM	%	NUM	%								
A) SE NECESITA DE "PALANCAS"	3	6%			4	8%	1	2%	7	14%	15	6%
B) EXISTE MUCHA COMPETENCIA	7	14%	6	12%	6	12%	1	2%	8	16%	28	11%
C) ACOMODARME DONDE SEA	1	2%	5	10%							6	2%
D) DIFICIL Y LIMITADO	19	38%	7	14%	3	6%	7	14%	15	30%	51	20%
E) ESTA SATURADO	3	6%			5	10%	7	14%	4	8%	19	8%
F) INVADIDO POR OTROS PROFESIONISTAS	1	2%	2	4%			1	2%	2	4%	6	2%
G) EN PROVINCIA HAY LUGAR	3	6%							3	6%	6	2%
H) PARA GENTE CAPAZ HAY TRABAJO	11	22%	7	14%	12	24%	13	26%	9	18%	52	21%
I) NO LO SE	2	4%	2	4%	6	12%	8	16%			18	7%
J) ES AMPLIO			12	24%	11	22%	9	18%			32	13%
K) MAL PAGADO			1	2%	1	2%			2	4%	4	2%
L) OTROS			8	16%	2	4%	3	6%			13	5%
TOTALES :	50	100%	250	100%								

CUESTIONARIO N.º 2

PROFESORES DE LA CARRERA DE COMUNICACION.

1/2

UNAM		UA		DIA		EPCS		ENEP		TOTAL	
HOM	MUR	HOM	MUR	HOM	MUR	HOM	MUR	HOM	MUR	HOM	MUR

1.-¿CUAL ES LA FUNCION SOCIAL DE LA CARRERA DE COMUNICACION?

A) FORMAR PROFESIONISTAS RESPONSABLES, CONSCIENTES Y ETICOS.	3	401	4	801						7	201	
B) PREPARAR COMUNICADORES QUE DISTINGAN CONTENIDOS A LA SOCIEDAD.		1	201							1	41	
C) EDUCATIVA PRINCIPALMENTE		1	201							1	41	
D) FORMAR TECNICOS Y HUMANISTAS				1	201					1	41	
E) ORIENTAR A LA COMUNIDAD DE COMO RESOLVER NECESIDADES SOCIALES, ECONOMICAS Y CULTURALES PARA UNA MEJOR CONVIVENCIA.	3	401						2	401	5	201	
F) PREPARAR COMUNICADORES SOCIALES.	1	201						1	201	2	41	
G) INFORMAR A LA SOCIEDAD TODO ACONTECIMIENTO.	1	201				4	801	1	201	4	241	
H) INFORMAR, ORIENTAR, ENTRETENER, DIVERTEER.						1	201	1	201	2	41	
TOTALES:	5	1001	5	1001	5	1001	5	1001	5	1001	25	1001

2.-¿EL CAMPO DE LA COMUNICACION, QUE TIPO DE PROFESIONALES REQUIERE?

A) BIEN PREPARADOS ACADEMICAMENTE, HUMANISTAS Y VOCACION POR EL SERVICIO SOCIAL.		2	401							2	41	
B) ACTIVOS Y COMPROMETIDOS POR MEJORAR SU PAIS.		1	201	2	401					3	171	
C) CON PREPARACION TECNICA Y TECNICA.	2	401	1	201	1	201	3	401	4	801	11	441
D) CONSCIENTES DE LA SITUACION POLITICA, ECONOMICA, SOCIAL Y CULTURAL DE PERU.	3	401	1	201	2	401	1	201		7	281	
E) PROFESIONISTAS ETICOS.							1	201	1	201	2	41
TOTALES:	5	1001	5	1001	5	1001	5	1001	5	1001	25	1001

3.-¿QUE CARACTERISTICAS DEBE TENER EL ESTUDIANTE DE PERIODISMO Y COMUNICACION?

A) DESEO DE APRENDER A PENSAR POR SI MISMOS, A TRABAJAR POR ELLOS Y FIRME INTENCION DE TERMINAR LA CARRERA.		1	201							1	41	
B) ACTIVO, SENSIBLE A PARTIR DE SUS CONOCIMIENTOS DEL MUNDO Y DE LA SOCIEDAD EN QUE VIVE.	4	801	3	401	4	801			2	401	13	521
C) PREPARADO PARA COMPRENDER LAS SITUACIONES DE SU PAIS.		1	201	1	201	1	201	1	201	4	161	
D) VOCACION PARA LA COMUNICACION.							1	201		1	41	
E) BUENO POR LA CARRERA.							3	401	2	401	5	201
F) SER OBSERVADORA, ATENTA Y CRITICA.												
TOTALES:	5	1001	5	1001	5	1001	5	1001	5	1001	25	1001

CUESTIONARIO NUN. 3

MUJERES EGRESADAS DE LA CARRERA DE COMUNICACION

1/2

U N A U A D I A E P C S T O T A L									
NUN	%	NUN	%	NUN	%	NUN	%	NUN	%

1.-¿POR QUE ESTUBISTE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACION?

A) POR CURIOSO	5	36%				0	100%	13	27%	
B) POR INTERES EN LA SITUACION POLITICA, ECONOMICA Y SOCIAL DEL PAIS.	2	11%						2	4%	
C) PARA DEDICARME A HACER CINE.			2	20%				2	4%	
D) POR OPTIMISMO.					5	43%		5	10%	
E) POR SU AMPLIO CAMPO DE ACCION.						6	50%	6	12%	
F) PARA PODER INFORMAR.			4	40%				4	8%	
G) SATISFACER MIS INTERESES PERSONALES.			4	40%				4	8%	
H) PARA RELACIONARME CON LOS DEMAS.	4	21%						4	8%	
I) POR NECESIDAD DE EXPRESION.	2	11%						2	4%	
J) PARA CONOCER LOS MECANISMOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION	6	32%						6	12%	
T O T A L E S :	19	100%	10	100%	11	100%	0	100%	48	100%

2.-¿CORRESPONDE A LAS EXPECTATIVAS QUE TENIAS?

A) NO ENTENDO.	2	11%	1	10%	1	9%		4	8%	
B) SI, PERO ME PERMITE UNA FORMACION CRITICA.	4	21%						4	8%	
C) NO.	1	5%	5	50%	2	18%		8	17%	
D) SI.	12	63%	6	60%	8	73%	4	50%	28	58%
E) NO, POR DEFICIENCIAS FORMATIVAS.							4	50%	4	8%
T O T A L E S :	19	100%	10	100%	11	100%	0	100%	48	100%

3.-¿EL PLAN DE ESTUDIOS CORRESPONDE A LAS NECESIDADES DEL TRABAJO?

A) NO, FALTA PRACTICA.	7	37%	4	40%	7	61%		18	38%	
B) NO.					4	34%	4	50%	8	17%
C) EN PARTE; FALTA PRACTICA.	6	32%	6	60%			6	50%	16	33%
D) SI, LO QUE FALTA ES LA CALIDAD ACADÉMICA.	6	32%						6	12%	
T O T A L E S :	19	100%	10	100%	11	100%	0	100%	48	100%

	U N A M		U A		U I A		E P C S		T O T A L	
	NUM	%	NUM	%	NUM	%	NUM	%	NUM	%

4.-¿CUAL ES EL PAPEL QUE JUEGA LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION?										
A) DE INFORMADORA PROFESIONAL.	7	37%	6	60%	3	27%	8	100%	24	50%
B) ES IMPORTANTE PORQUE PARTICIPA EN LA REALIDAD CONCRETA.	4	21%			4	36%			8	17%
C) DEFENDE LA CLASE DE MUJER.			4	40%					4	8%
D) COMO MEDIADOR ENTRE LA NOTICIA Y EL ESPECTADOR.					4	36%			4	8%
E) EN OCASIONES SE MANEJA COMO ANUNCIADORA O LECTORA DE NOTICIAS.	4	21%							4	8%
F) CORRESPONDER A LA SOCIEDAD COMO ENTE TRANSFORMADOR.	4	21%							4	8%

T O T A L E S :	19	100%	10	100%	11	100%	8	100%	48	100%

5.-¿CUAL DEBE SER EL PAPEL DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION?

A) SER COMUNICADORA E INFORMADORA.	4	21%			8	73%			12	25%
B) DE PARTICIPACION Y BUSQUEDA DE LA VERDADERA COMUNICACION SOCIAL.	2	11%			2	18%			4	8%
C) RESPONDE A INTERESES DE CLASE.	1	5%	2	20%	1	9%			4	8%
D) PERIODISTA PROFESIONAL, RESPONSABLE Y CAPAZ.	12	63%	8	80%			8	100%	28	58%

T O T A L E S :	19	100%	10	100%	11	100%	8	100%	48	100%

CUESTIONARIO NUN. 4

COORDINADORES DE LA CARRERA DE COMUNICACION.

	U.S.A.R.		U.A.		U.T.A.		E.P.C.B.		E.N.E.P.		TOTAL	
	MSJ	NON MSJ	MSJ	NON MSJ	MSJ	NON MSJ	MSJ	NON MSJ	MSJ	NON MSJ		
1.-¿QUE CARACTERISTICAS DEBE TENER LA ESTUDIANTE DE COMUNICACION?												
A) CREATIVA, DISCIPLINADA, RESPONSABLE, ESTROVERTIDA.			1		1				1	1	2	40%
B) BIEN INFORMADA, BIEN UBICADA EN SU CONTEXTO SOCIAL.							1		1	1	2	40%
C) SABER EXPRESARSE, ORGANIZARSE, OBSERVAR Y BUENA MEMORIA.	1										1	20%
TOTALES:	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	100%
2.-¿QUE CARACTERISTICAS TIENE LA ESTUDIANTE DE COMUNICACION?												
A) CREATIVA, ESTROVERTIDA Y CRITICA.			1		1						2	40%
B) NECESITA DE RESTACAR EN SU MEDIO SOCIAL Y MENOS BIEN INFORMADA, MAS POR LA T.V. QUE POR LA PRENSA.							1			1	1	20%
C) DIFICIL DETECTAR.	1								1	1	2	40%
TOTALES:	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	100%
3.-¿LA MUJER EN LA CARRERA DE COMUNICACION TIENE TAMPOCO PODER DE DESARROLLO COMO LOS HOMBRES?												
A) DEPENDE DE LA MUJER.			1								1	20%
B) LAS UNICAS RESTRICCIONES LAS TIPORE EL MEDIO SOCIAL Y -- ELAS MISMAS.					1				1	1	2	40%
C) NO SE PUEDE GENERALIZAR. EN OCASIONES TIENE MAS POSIBILIDADES POR SU ENCANTO Y BENEVOLENCIA, EN OTRAS SON PENSADAS POR EL FALSO OROZALLO DEL HOMBRE.							1			1	1	20%
B) DEBE DESGARRAR MAS SI, PERO EN EL MEDIO DE COMUNICACION HAY PREJUDICIOS QUE LO IMPIDEN.	1										1	20%
TOTALES:	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	100%
4.-¿POR QUE CREE USTED QUE LA MAYORIA DE LOS TITULADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACION SON MUJERES?												
A) PUEDE RESOLVER DE MUCHO OMBRE.			1								1	20%
B) LO SON.					1						1	20%
C) PUEDE EN MAS SENSIBLE Y CONOCE MAS SUS POSIBILIDADES Y LIMITACIONES.							1			1	1	20%
B) QUITA POR SU MAYOR TENACIDAD.	1								1	1	2	40%
TOTALES:	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	100%

CUESTIONARIO MUX. 5

MUJERES PERIODISTAS

1/4

	Prensa		Radio		T. V.		Cine		Agencias In-		Total		
	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	Muj	
1.-¿POR QUE TE DEDICASTE AL NEGIO DE COMUNICACION EN EL CUAL TRABAJAS?													
A) POR GUSTO		4	251						4	501	8	102	
B) POR INTERES	1	141			2	331	2	251	2	251	7	141	
C) PORQUE EL TENER HIJOS, ME IMPIDE SER REPORTERA.			4	251						2	251	2	41
D) PORQUE FUE BUENDE ME OPERACION TRABAJO.			2	131							2	41	
E) ME PERMITE DESARROLLAR MÚLTIPLES FORMAS DE COMUNICACION.			4	251				4	501		4	41	
F) POR RELACIONES FAMILIARES.			2	131							4	41	
G) ME AYUDAN SUS POTENCIALES COMUNICATIVAS			2	131							4	41	
H) FUE CIRCUNSTANCIAL.	2	291									2	41	
I) POR SU AMPLIA DISTRIBUCION.											2	41	
J) POR VOCACION.							2	251			2	41	
K) POR LA BUENA DE LA IMAGEN.	1	141									1	21	
L) LA COMUNICACION ES UNA ACTIVIDAD PRIMORDIAL.	2	291									2	41	
M) DE RESIST A PROFESION.					2	331					2	41	
N) LA BUENA DE TODA RELACION VERBA ES LA COMUNICACION.	1	141									1	21	
O) OTRAS.											2	41	
TOTALES :	7	1001	16	1001	4	1001	8	1001	8	1001	45	1001	
2.-¿LA MUJER PERIODISTA CUEDA MAS SU POSICION ANTE LA SOCIEDAD?													
A) DEBE SER RESPONSABLE ANTE ELLA MISMA.	2	291	2	131	2	331					6	131	
B) SI, COMO UN MIEMBRO DE LA SOCIEDAD MACHISTA.	5	431	5	311					6	751	16	311	
C) SI, PORQUE ADEMAS ES PADRE O PADRE Y JEFE EN LA EDUCACION DE SUS HIJOS.					2	331	2	251	2	251	6	131	
D) NO.			4	311				6	751		12	271	
E) NO LO SE.			2	131							2	41	
F) POR PREJUICIOS DE NUESTRA CULTURA.	2	291	1	41							3	71	
G) PORQUE ES MAS VULNERABLE A LA CRITICA.						2	331				2	41	
TOTALES :	7	1001	16	1001	4	1001	8	1001	8	1001	45	1001	
3.-¿A QUE LIMITANTES SE ENFRENTA LA MUJER PERIODISTA?													
A) A RECHES, POR ESTAR EN UNA SOCIEDAD CON FORMACION MACHISTA.	2	291	10	431					1	501	16	341	
B) NO HAY GUARDERIAS PARA HIJOS DE MUJERES PERIODISTAS.				4	251					2	251	6	131
C) NO TIENE LIMITANTES.								2	251	2	251	4	41
D) DEPENDE DE SU CAPACIDAD PROFESIONAL.	2	291	2	131	2	331					6	131	
E) NUNCA MISMA, AUN NO SE CONFIA EN NOSOTRAS.								6	501		4	41	
F) NO LAS CONSIDERAN CAPACES PARA UN PUESTO DIRECTIVO.	1	141			2	331					3	71	
G) CON LAS MISMAS COMPANERAS.									2	251	2	41	
H) A LAS QUE ELLA MISMA SE IMPONE.	1	141			2	331					3	71	
I) DE LIMITA LA VIDA PERSONAL.	1	141									1	21	
TOTALES :	7	1001	16	1001	4	1001	8	1001	8	1001	45	1001	

	PRENSA		RADIO		T. V.		CINE		AGENCIAS IN- FORMATIVAS		TOTAL	
	RUR	U	RUR	U	RUR	U	RUR	U	RUR	U	RUR	U
4.- LA MUJER PERIODISTA YA NO ESTA ENCASILLADA EN FUENTES COMO SOCIALES Y ESPECIALIZADAS COMO LO HA LOGRADO												
A) POR ESFUERZO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACION Y CAPACIDAD.	5	712	16	1001	4	471	8	1001	8	1001	41	911
B) SIENDO PERIODISTAS CON VOCACION Y CONCIENCIA DE SACRIFICIO, HONRRICIA Y EXTERNA.					2	331					2	41
C) HA COMPROBADO QUE PUEDE CUMPLIR TEMAS TRASGREDIENTES.	2	291									2	41
TOTALES:	7	1001	16	1001	6	1001	8	1001	8	1001	43	1001

5.-¿QUE TIPO DE MUJERES PERIODISTAS REQUIERE ACTUALMENTE NUESTRO PAIS?

A) RESPONSABLES, ATREVIDAS, PREPARADAS, HONESTAS, COGNATIVAS Y PROFESIONALES.	3	432	14	801	2	331			4	731	23	342
B) QUE ACTIVEN LA INFORMACION Y NO SE LIMITEN AL BOLETIN.							4	501	2	251	2	41
C) CON PREPARACION ESCOLAR.												41
D) BIEN INFORMADAS DE TODO LO QUE OCURRE EN NUESTRO Y EL MUNDO.			2	131	2	331					4	91
E) CULTA, FEMENINA Y TRASGREDIENTE.							2	251			2	41
F) PENSANTES, CON CONCIENCIA CRITICA.	1	141			2	331					3	71
G) INFORMANTES DE LA VERDAD QUE NO OULETEN LA CORUPCION.							2	251			2	41
H) QUE NO ESTORBIEN SU CONDICION DE MUJER PARA LOGRAR ALGO.	2	291									2	41
I) QUE TENGAN CAPACIDAD PARA EXPRESAR CLARAMENTE LO QUE QUIERE DECIR.	1	141									1	71
TOTALES:	7	1001	16	1001	6	1001	8	1001	8	1001	45	1001

6.-¿QUE COINCIDE O SE DIFERENCIA ENTRE LAS PERIODISTAS DE UNIVERSIDADES O ESCUELAS ESPECIALIZADAS, CON LAS AUTODIDACTAS?

A) NO LO SE.									2	251	10	221
B) LAS PRIMERAS CON MAS CONSCIENTISMO CULTURALES Y LAS SEGUNDAS CON MAS PRACTICA.	3	432	4	251			4	731	2	251	15	331
C) NADA.									2	251	2	41
D) LA UNIVERSIDAD TIENE MAYOR PERSPECTIVA DE LOS ACENTUACIONTES Y PUEDE TRABAJAR EN CUALQUIER MEDIO.			2	131					2	251	4	91
E) EL TRABAJO FORMA A AMBAS.			2	131	2	331					4	91
F) EL PERIODISMO ES FUNDAMENTALMENTE OFICIO.					2	331					2	41
G) LA UNIVERSIDAD LE HA DISCIPLINA Y MEDIO.	2	291									2	41
H) UNA MUJER TALENTOSA Y CON VOCACION, CON O SIN ESTUDIOS.							2	251			2	41
I) LA EXPERIENCIA TIENE MAYOR CAPACIDAD DE INVESTIGACION.							2	331			2	41
J) LA AUTODIDACTA ES MAS AMBICIOSA Y ESPONTANEA, NO SE LIMITA CON TEMAS.	2	291									2	41
TOTALES:	7	1001	16	1001	6	1001	8	1001	8	1001	45	1001

	PRENSA		RADIO		T. V.		CINE		AGENCIAS IN- FORMATIVAS		TOTAL			
	MUR	I	MUR	I	MUR	I	MUR	I	MUR	I	MUR	I		
7.-¿HA INFLUIDO LA INSTRUCCION ACADERICA EN LA MUJER QUE HA GRABADO CAMPO EN EL PERIODISMO Y LA COMUNICACION? ¿QUE TANTO Y POR QUE?														
A) UN POCO.					2	13%						2	4%	
B) SI. AHORA HAY MAS MUJERES EN EL MEDIO.									4	50%		4	9%	
C) DEFINITIVAMENTE. LA EMBESADA PUEDE HABLAR O ESCRIBIR DE - TODU; LA CONCEPCION DEL MUNDO EN LAS AUTORIDADES ES MAS ESTRECHA.					4	25%	4	67%		2	25%	10	22%	
D) PERMITE TENER AMPLIA CULTURA Y MEJOR COMUNICACION.					4	25%			4	50%	2	25%	10	22%
E) LO ACADIMICO ES SOU; LA PRACTICA EL RESTO.	2	29%			4	25%	2	33%	2	25%		10	22%	
F) LOS MISMOS MEDIOS SON LOS QUE VAN MEJORA ESCUELA.					2	13%						2	4%	
G) MUJER CON TALENTO; CON O SIN ESTUDIOS.									2	25%		2	4%	
H) SI. PORQUE TENER UN TITULO, ES PARTE DE LA NUEVA IMAGEN - DE LA MUJER MEXICANA.					2	29%						2	4%	
I) LAS AUTORIDADES VAN SUPLENDO EL TITULO POR LA AYUDANCIA.					1	14%						1	2%	
J) A MAYOR EDUCACION, MAS UTIL A LA SOCIEDAD.					2	29%						2	4%	
T O T A L E S :	7	100%	16	100%	6	100%	8	100%	8	100%		45	100%	
8.-¿ESTA LA MUJER SUFICIENTEMENTE CAPACITADA PARA INFORMAR?														
A) POR SUPUESTO, SU SEJO NO LA LIMITA PARA ELLO.	7	100%	14	98%	6	100%	8	100%	4	50%		39	87%	
B) LE FALTA APOTO, PUES A DIFERENCIA DEL HOMBRE, CUMPLE CON DOBLE FUNCION.									4	50%		4	9%	
C) DEPENDE DE SU FORMACION PREVIA AL DESEMPEÑO.					2	13%						2	4%	
T O T A L E S :	7	100%	16	100%	6	100%	8	100%	8	100%		45	100%	
9.-¿EXISTE EL ESTEREOTIPO DE LA MUJER PERIODISTA? ¿COMO LO DES- CRIBES?														
A) NO LO CREO.	2	29%	4	25%	4	67%	6	75%	2	25%		18	40%	
B) POR RESERVACION EL COMON DE LA GENTE LA DESCRIBE COMO LA -- MUCOSINA BONITA Y TONTA					2	13%			4	50%		6	13%	
C) VA DESDE LA "LIBERNA" HASTA LA "INTELCTUAL"									2	25%		2	4%	
D) SER PERIODISTA ES MUCHO MAS QUE LEER NOTICIAS.	1	14%	8	50%	2	33%	2	25%				13	29%	
E) NO. SERIA ACEPTAR MOLES ASUMAMOS SOCIALMENTE CONTRA LOS QUE HAY QUE LUCHAR.					2	13%						2	4%	
F) SI. LA ETERNA CROMISTA DE SOCIALES.	2	29%										2	4%	
G) CREEN QUE SON SEÑORAS FEAS, HOMBRRUNAS, BRUSCAS, INCAPACES DE RECIBIR UN CORTEJO.					2	29%						2	4%	
T O T A L E S :	7	100%	16	100%	6	100%	8	100%	8	100%		45	100%	
10.-¿COMO ACTUA LA MUJER PERIODISTA ANTE EL SOBORDO (ENMUITE)?														
A) HAY QUIENES ACEPTAN Y HAY QUIENES NO.	1	14%	12	75%	2	33%			2	25%		17	38%	
B) CUIDAN SU IMAGEN COMO MADRES DE FAMILIA.									2	25%		2	4%	
C) AL HOMBRE CON MAS RESERVA. NO SE CONOCEN CASOS COMO DE HOMBRES.									2	25%		2	4%	
D) LA MUJER ES MAS HONESTA (CON SUS EXCEPCIONES).	5	71%	4	25%	4	67%	8	100%	2	25%		23	51%	
E) EL SEJO NO DETERMINA LA MORAL.	1	14%										1	2%	
T O T A L E S :	7	100%	16	100%	6	100%	8	100%	8	100%		45	100%	

	Prensa		Radio		T. V.		Cine	Agencias In-		TOTAL		
	Men	%	Men	%	Men	%		Men	%	Men	%	
11.- ¿ PESAR DEL CRECIENTE NÚMERO DE MUJERES PERIODISTAS Y COLABORADORAS, SON POCAS LAS QUE LOGRAN SOBRESALIR (A QUE SE DEBE)?												
A) A FACTORES SOCIOCULTURALES.			8	50%				4	50%	12	27%	
B) A SU EXCESIVA CARGA DE RESPONSABILIDADES.	2	29%					2	25%	2	25%	6	12%
C) POR LA DIFÍCILIDAD DE EXTRAER O NO AL JUICIO DE INTERESER.								2	25%	2	4%	
D) EN SU OPINIÓN HAY UN NÚMERO CONSIDERABLE DE MUJERES QUE VAN SOBRESALIENDO.	1	14%	2	13%	4	67%					7	16%
E) CUENTA CON LA PRESENCIA EXTERIOR; ESTAMOS EN UN MUNDO DE IMÁGENES.							2	25%			2	4%
F) POR EL SISTEMA DE DESCRIBICIÓN PROPIO DE UN PAÍS LATINO	2	29%	2	13%	2	33%					6	12%
G) DE DIFÍCIL POR PALANCAS O BUENAS RELACIONES.					2	13%					2	4%
H) PORQUE DESEAN TRABAJAR EN SERIO.					2	13%					2	4%
I) CON TRABAJO Y ESFUERZO DE UNA ABILITADA CAROLINA.								2	25%		2	4%
J) MUCHAS CREEN QUE VAN A DANAR BRUNDES SUELOS.								2	25%		2	4%
K) A LA NATURALEZA DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN.	2	29%									2	4%
TOTALES :	7	100%	16	100%	6	100%	8	100%	8	100%	45	100%

12.- ¿QUÉ ES EL PAPEL QUE JUEGA EN LA ACTUALIDAD LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

A) DE INFORMADORA.			2	13%						2	4%	
B) ABIRIR MAS CAMPOS PARA LA MUJER								4	50%	4	9%	
C) EL DE UNA PROFESIONAL.								2	25%	2	4%	
D) SE EMPLEA A RECONOCER SU CAPACIDAD PERO FALTA.								1	12%	1	2%	
E) NO SE.										2	4%	
F) MUY IMPORTANTE POR SU VERACIDAD Y VALENTÍA.	5	71%	8	50%	4	67%	8	100%			25	56%
G) MEDIANO DE LA INFORMACIÓN ENTRE EL SUCCESO REAL Y EL AUDITIVO.			2	13%							2	4%
H) COORDINANTE DE LA RESPONSABILIDAD DE INFORMAR.			2	13%							2	4%
I) DE CONCIENCIACIÓN DE LAS DEMAS MUJERES PARA QUE DE PREPACIOS Y PARTICIPACION.							2	33%			2	4%
J) ALGUNAS LO TOMAN PARA SATISFACER SU VANIDAD.	1	14%									1	2%
K) FIEL A SU VOCACION.	1	14%									1	2%
TOTALES :	7	100%	16	100%	6	100%	8	100%	8	100%	45	100%

LAS ENTREVISTADAS SON EMPLEADAS DE:

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO	1	6	1				4	12
UNIVERSIDAD AMERICANA	1	2	1	1				5
UNIVERSIDAD INTERAMERICANA	1	6	2	2				9
ESCUELA DE PERIODISMO CARLOS BOETTNER	1	2					4	7
INTERMEDIAS	3	2	2	5				12
TOTALES :	7	16	6	8	8			45

MUJERES PERIODISTAS ENTREVISTADAS

PRENSA ESCRITA:

CRISTINA PACHECO (CANAL 11 Y REVISTA SIEMPRE)

GLORIA FUENTE (EL SOL DE MÉXICO)

YOLANDA SIERRA (EL SOL DE MÉXICO)

AGENCIAS INFORMATIVAS:

SILVIA DURÁN (NOTIMEX)

TELEVISION:

BEATRIZ PAGÉS (IMEVISIÓN)

PATRICIA BERUMEN (IMEVISIÓN)

SARA MOIRÓN (IMEVISIÓN)

PATRICIA GÓMEZ MAGANDA (TELEVISA)

ROCÍO VILLAGARCÍA (TELEVISA)

RADIO:

OLGA ALCÁNTARA (RADIO EDUCACIÓN)

CUESTIONARIO NUM. 6

VISION DE LA EMPRESA SOBRE LA MUJER PERIODISTA.

	PRENSA		RADIO		T. V.		SECTOR PUBLICO DE PERIOD.		ASOCIACIONES DE PERIOD.		TOTAL	
	NUM	%	NUM	%	NUM	%	NUM	%	NUM	%	NUM	%
1.-¿CUAL ES LA ACTITUD DE LA EMPRESA ANTE LA MUJER PERIODISTA - UNIVERSITARIA?												
A) POSITIVA.	2	100%	1	50%	1	50%	1	50%	1	50%	6	60%
B) INDIFERENTE.									1	50%	2	20%
C) DESCONFIANZA.			1	50%			1	50%			2	20%
TOTALES:	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	10	100%
2.-¿AL CONTRATAR INFLUYE LA INSTITUCION DE DONDE EGRESO LA SOLICITANTE?												
A) SI.			1	50%			1	50%	1	50%	3	30%
B) NO. SOLO LA CAPACIDAD.	2	100%	1	50%	2	100%	1	50%	1	50%	7	70%
TOTALES:	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	10	100%
3.-¿CUALES SON LAS DIFERENCIAS EN EL DESEMPEÑO DE LA EGRESADA Y LA AUTODIDACTA?												
A) MAYOR PREPARACION Y CULTURA.	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	10	100%
TOTALES:	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	10	100%
4.-¿CARACTERISTICAS QUE TIENE LA MUJER PERIODISTA?												
A) BUEN DESEMPEÑO, PROFESIONALISMO, DESEO DE SUPERACION Y VALENTIA.	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	10	100%
TOTALES:	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	2	100%	10	100%