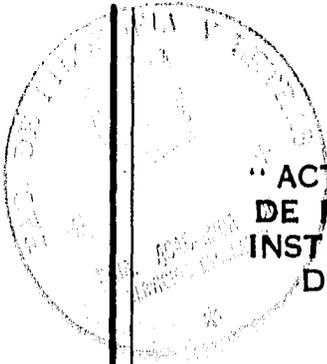




**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS  
COLEGIO DE PEDAGOGIA



“ ACTIVIDADES DE LA COORDINACION  
DE PROMOCION Y ADMISIONES DEL  
INSTITUTO TECNOLOGICO AUTONOMO  
DE MEXICO (ITAM) 1991-1994 ”

**Informe Académico de Actividad Profesional**

FACULTAD DE FILOSOFIA  
Y LETRAS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADA EN PEDAGOGIA**

P R E S E N T A :

**ANDREA FERNANDEZ DE CASTRO MEDINA**

COLEGIO DE PEDAGOGIA

ASESOR : LIC. ROSA LEZAMA COHEN



CIUDAD UNIVERSITARIA, MEXICO, D. F.

1996

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## *Índice*

<i>I. Antecedentes y orígenes.....</i>	<i>2</i>
<i>II. Objetivos.....</i>	<i>4</i>
<i>III. Principios.....</i>	<i>9</i>
<i>IV. Filosofía Educativa.....</i>	<i>10</i>
<i>V. Estructura organizativa.....</i>	<i>12</i>
<i>VI. Organización.....</i>	<i>19</i>
<i>VII. Objetivos de la actividad.....</i>	<i>24</i>
<i>VIII. Cronograma de actividades.....</i>	<i>29</i>
<i>XIX. Descripción de la actividad laboral.....</i>	<i>31</i>
<i>X. Diagnóstico y análisis de problemas.....</i>	<i>47</i>
<i>XI. Soluciones a problemas.....</i>	<i>52</i>
<i>XII. Valoración crítica.....</i>	<i>56</i>
<i>XIII. Conclusiones.....</i>	<i>60</i>
<i>XIV. Propuestas.....</i>	<i>64</i>
<i>XV. Referencias bibliográficas.....</i>	<i>67</i>

## *I Antecedentes y orígenes del Instituto Tecnológico Autónomo de México*

El Instituto Tecnológico Autónomo de México, fue fundado en 1946 por la Asociación Mexicana de Cultura. Don Raúl Bañeres en su intención por apoyar a la educación superior y la investigación tuvo la idea de crear un Instituto cuya calidad académica fuera reconocida tanto en México como en el extranjero. De hecho y desde su fundación sus estudios, grados y títulos conquistaron ese reconocimiento; eso permitió al Instituto obtener en un lapso de diez y seis años de trabajo constante el carácter de autónomo, y por decreto fue descrito como Escuela Libre Universitaria por el presidente Adolfo López Mateos en 1962, según constancia del Diario Oficial de la Federación del 19 de Enero de 1963.<sup>1</sup>

En 1988 la Secretaría de Educación Pública concedió al ITAM el reconocimiento como Institución de alto nivel de calidad académica y , por lo tanto, todo estudiante de nuestro Instituto obtiene el grado con validez oficial ante la SEP<sup>2</sup>. Eso ha significado e implicado un esfuerzo constante por elevar el nivel académico de la escuela en sus diferentes departamentos, centros de investigación, extensión universitaria y programas de intercambio y superación académica. El concepto de calidad académica universitaria se refiere a un cuerpo docente integrado por más de ciento setenta maestros de tiempo completo<sup>3</sup> de alto nivel, entendiéndose por eso, que al menos cuentan con estudios de posgrado, y en muchos casos realizados en el extranjero.

Prácticamente hoy, ningún profesor sin maestría es aceptado como catedrático de planta, salvo excepciones donde se acredita el valor académico del profesor y sus programas de superación personal tales como cursos, proyectos de maestría y doctorado en los que los profesores están comprometidos a fondo, de tal suerte que el estudiante se ve confrontado con teorías y técnicas de vanguardia que lo obligan a estudiar de tiempo completo.<sup>4</sup> De acuerdo a lo anterior, el profesor contempla diferentes niveles de evaluación de su desempeño académico . Primero, es constantemente invitado a través de las juntas departamentales a organizar y participar en seminarios del área o de carácter interdisciplinar; se estimula al maestro para que realice investigaciones

---

<sup>1</sup> Catálogo General ITAM, 1994. p.7

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid

<sup>4</sup> Ibid, p.8

tanto docentes como no docentes, llevando un control sobre ellas semestralmente, y de acuerdo a lo programado, se le piden resultados; y cuando las condiciones son propicias se estimula al candidato idóneo para que viaje al extranjero enriqueciendo su formación profesional. En segundo lugar, los profesores son evaluados por un Comité de evaluación y programación integrado por directores de división y el Rector que ponderando el desempeño académico del profesor en cuestión dictaminan quien puede tomar algún curso y se le ofrece la opción, y tercero, el académico puede ser promovido de acuerdo a las evaluaciones que sus alumnos hacen cuando finaliza su curso.

## *II Objetivos*

El Instituto Tecnológico Autónomo de México es una institución de enseñanza superior cuyos objetivos están identificados con la formación de profesionales y agentes de cambio en la cultura y la sociedad mexicanas. Don Raúl Bailleres, connotado empresario mexicano pensó en fundar éste como parte de la Asociación Mexicana de Cultura, A.C., para formar universitarios comprometidos con México en varios sentidos:

Capacitar y formar profesionales en cuanto a los contenidos en áreas científico sociales; aplicar esos saberes al planteamiento y solución de problemas nacionales y, finalmente, coadyuvar a la formación de dirigentes empresariales y funcionarios públicos con alto sentido de responsabilidad y compromiso social. Desde que se fundó el ITAM ha logrado egresados cuya calidad académica es ampliamente reconocida tanto en México como en el extranjero; y eso fue en parte lo que motivó al presidente Adolfo López Mateos en 1962 a otorgarle el carácter de "Escuela Libre Universitaria" "que equivale a su autonomía plenamente establecida."<sup>7</sup>

No obstante lo anterior, en 1988 la Secretaría de Educación Pública confirió al ITAM el título de Institución de alto nivel y calidad académica<sup>8</sup>, reconociendo oficialmente sus estudios. Quizá la pregunta importante sería ¿en qué se fundamenta ese nivel?, ¿se ha conquistado la calidad mencionada?. El alto nivel académico de la Institución está respaldado por la selección del alumnado (rigurosamente escogido y filtrado a través de las evaluaciones institucionales) y en un cuerpo de profesores de planta de reconocido prestigio en sus respectivas áreas de desempeño. Tal y como lo plantea su ideario organizacional "la comunidad ITAM está integrada por autoridades, maestros, investigadores y alumnos seleccionados bajo criterios de calidad académica, que reaccionan a los retos del país y del mundo"<sup>9</sup>

De acuerdo a eso, podemos ver que el conjunto de miembros que integran esta comunidad están comprometidos, tanto en lo que respecta a los conocimientos, actualizándose, estudiando, haciendo investigaciones, así como promoviendo

---

<sup>5</sup>Ibid.

<sup>6</sup>Ibid

<sup>7</sup>Ibid

<sup>8</sup>Ibid.p.8

<sup>9</sup>Ibid.p.7

la iniciativa, el liderazgo y el espíritu de servicio donde el estudiante que pertenece a la comunidad ITAM sale de su propio ámbito y prolonga lo que sabe ayudando con autoridad y decisión, a despejar los problemas que frenan al desarrollo del país. Todo esto enmarcado en esa intención originaria desde su fundación hace más de cuarenta años, que es contar con licenciaturas que producen profesionales en áreas científicas (Matemáticas, Computación y recientemente Telemática), y dentro de las llamadas disciplinas sociales como son las Economías, Administración, Finanzas,<sup>10</sup> etc. Esto haría pensar que el ITAM es exclusivamente "un tecnológico", pero el carácter universitario de su estructura viene dado también por la humanidades que agrupadas en los "estudios generales" y reunidas en siete materias obligatorias para todo estudiante del ITAM, configuran un lugar de reflexión, sentido crítico, preocupación intelectual de modo que el perfil de nuestro estudiante reúne las dos condiciones deseadas y deseables: se trata de jóvenes informados en lo que atañe en su preparación científico-técnica y al mismo tiempo son jóvenes enterados de las ideas filosóficas, la historia de México, los problemas del mundo contemporáneo y del mundo actual, lo que hace que no solo se trate un problema social fríamente como si fuera el objeto de estudio de un vacío modelo teórico sino dotado de todas las variables que lo constituyen como problema humano.

Así las cosas, el egresado conoce razones económicas por las cuales no existe, científicamente hablando, una mejor distribución de ingreso, sin embargo, la preocupación por la desigualdad o la inequidad estará presente en todo momento en su inquietud por tomar decisiones en las empresas, en el gobierno o en la propia docencia, pues dentro de este perfil el egresado sabe hacer las cosas y lo sabe hacer bajo un sesgo de compromiso con los que menos tienen, mejorando al peor situado sin afectar desde luego los intereses de capital y acumulación que potencian el desarrollo social.

Esto nos lleva a hablar de cómo y porqué la selección del estudiante es tan delicada. No solamente el examen de admisión que actualmente se aplica (Prueba de Aptitud Académica -PAA- del College Board) mide las habilidades, destrezas y operaciones lógicas del estudiante sino que, además, ese examen intenta promover que los alumnos de mayor puntaje tengan acceso al Instituto. Según comentarios recientes de directivos de colegios norteamericanos como el Clairmont en Estados Unidos, el puntaje que obtienen los estudiantes del ITAM

---

<sup>10</sup> La aplicación de la administración, estadística y finanzas dentro de la economía se considera ciencia social de acuerdo a los planes de estudio que ofrece el ITAM.

para ingresar es tanto o más elevado que el puntaje de muchos estudiantes norteamericanos que inician su licenciatura. Esto no quiere decir, por supuesto, que el patrón de medida de nuestra excelencia sea el modelo educativo anglosajón, pero si pretendemos que la capacidad intelectual del estudiante que ingresa al ITAM le permita asimilar los conocimientos y enfrentar los retos del nivel de preparación que la Institución le va a demandar ( es decir, de 1600 puntos posibles, un alumno que obtiene 1400 está capacitado para tener un buen desempeño en el ITAM, a decir de nuestras autoridades) Independientemente de lo anterior, lo cierto es que los estudiantes tienen que trabajar de tiempo completo en sus licenciaturas y leer un promedio de treinta mil páginas de antologías de autores en los ramos de Filosofía, Letras e Historia.

Yo creo que en esto es importante la metodología; el estudiante toma los cursos humanísticos a través del diálogo donde el profesor queda diluido, es uno más entre ellos, y todos atienden la cátedra leyendo un promedio de treinta a cuarenta páginas por clase, atacando las fuentes originales de los autores, hasta alcanzar por la vía del análisis y la crítica, las actitudes que permiten dar cuenta de los conocimientos científico técnicos con mayor profundidad.

Ha sido lema de nuestro Instituto, desde su fundación, establecer su compromiso en formar a la persona propiciando el desarrollo de una sociedad más libre, más justa y más próspera, de modo que el significado de excelencia académica e investigación de calidad pretende:

- a) Formar hombres y mujeres capaces de actuar informadamente<sup>11</sup>
- b) Fomentar el desarrollo de las destrezas racionales y de argumentación de los jóvenes <sup>12</sup>
- c) Propiciar un sentido de responsabilidad de modo que el egresado no sólo busque su fortuna personal o su éxito laboral, sino ayudar a que ese éxito sea compartido<sup>13</sup>
- d) Propiciar la crítica creativa en la proposición de ideas y alternativas de solución a problemas serios <sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Catálogo General ITAM, 1994. Op. cit. p.7

<sup>12</sup> Ibid. p.9

<sup>13</sup> Ibid. p.10

e) Promover la dirección y la orientación de la opinión pública nacional toda vez que el Instituto entrega a la misma nación líderes que encauzan las políticas económicas por las cuales camina el país.<sup>15</sup>

f) Difundir conocimientos no solo científico-técnicos sino humanísticos para consolidar el vínculo ético entre los estudiantes. <sup>16</sup>

El ITAM pretende alcanzar estos objetivos por medio de la docencia. Cada profesor de tiempo completo asume una carga de por lo menos cuatro grupos por semestre aparte de asesoría: la investigación es por la naturaleza misma de la Universidad esencial a su constitución. Veamos lo que hace el ITAM en ambos campos:

*Docencia* : a nivel de licenciatura el docente hace conocer a hombres y mujeres la cultura y los contenidos de su profesión en un ambiente de competencia, de modo que la propia selección natural de la educación del Instituto hace que se eliminen los menos aptos. Esto no significa que la política del ITAM sea reprobador a los estudiantes pero si imponerles una dinámica de trabajo altamente exigente.

En el programa de posgrado el ITAM ofrece maestrías en Finanzas, Economía y Administración y Administración Pública, entre otras, para que el docente enseñe a niveles curriculares complementarios, es decir, al mismo tiempo que educa jóvenes que inician su carrera, imparte cátedra a hombres y mujeres que ya trabajan.

Los diplomados concentran a una población diversa que incluye pasantes, personas recibidas en diferentes profesiones e incluso profesionistas que hace tiempo han dejado de estudiar y quieren retomar la educación académica. Contamos con diplomados en humanidades, y en áreas técnico-científicas con el afán de que siempre un profesional se supere (eso por lo que toca a la difusión universitaria: el ITAM hacia afuera).

El programa de doctorado está en proceso de integración toda vez que aún contando con muchos doctores en diferentes áreas, nuestro esfuerzo se

---

<sup>14</sup>Ibid. p.8

<sup>15</sup>Ibid. p.12

<sup>16</sup>Ibid. p.9

concentra en las licenciaturas de modo predominante, fomentando mucho que el estudiante realice estudios de posgrado en México o en el extranjero.

*Investigación:* El ITAM realiza investigación pura y aplicada en las áreas de Economía y Ciencias Políticas; y aplicada a todo lo que está vinculado a la Administración y Contaduría.<sup>17</sup>

Actualmente contamos con el Centro de Investigación y Estudios de Posgrado (CIEP), que tiene como proyecto ser el eje en torno al cual giren las investigaciones en todos los ámbitos. De hecho, ahí se imparten los cursos de diplomados.

---

<sup>17</sup>ibid.

### *III Principios*

Tres principios básicos reconoce el ITAM:

1. La autonomía universitaria,<sup>18</sup> la entiende el Instituto como su capacidad de autodeterminación en materia de todos los asuntos de su régimen interno: sus programas , su personal, su estructura administrativa y los mecanismos jurídicos y financieros de su manejo. Nadie le dice al ITAM como gobernarse;

2. La libertad de cátedra, entendida como el cumplimiento básico de la función docente en la que con responsabilidad de por medio el profesor expresa sus ideas sin adoctrinamientos.<sup>19</sup>

3. El sentido comunitario de nuestro Instituto que se rige por el hecho de que maestros, autoridades y alumnos se unen en la búsqueda de objetivos comunes a los efectos del mejoramiento de nuestra casa de estudios; esta labor se realiza a través de conferencias, mesas redondas, consejo de alumnos , sociedades de alumnos por carrera y la junta de facultad.<sup>20</sup>

En el ITAM se piensa que los tres puntos anteriores constituyen las condiciones para una excelencia académica. Sobre todo la autonomía, la libertad de cátedra y la comunidad permiten un trabajo grupal responsable donde no hay paros, huelgas, pues el tiempo es aprovechado constantemente. Por lo mismo profesores, administrativos y alumnos suelen quejarse de la cantidad y calidad del trabajo exigido, pero yo he percibido que hay un cierto sentido orgulloso de pertenencia a la Institución.

---

<sup>18</sup>ibid. p.7

<sup>19</sup>ibid.p.8

<sup>20</sup>ibid

#### *IV Filosofía educativa*

La Filosofía que subyace al ITAM, se inspira en un concepto que "entiende al ser humano como ser libre, como ser social comprometido en la elevación y el progreso humano y como ser llamado por vocación esencial a buscar la verdad y el bien" <sup>21</sup>

Es importante tratar de entender estos conceptos despojándolos de cualquier sentido cursi o romántico que pueda intuirse en ellos; pues es claro que la bondad, la vocación, el progreso son conceptos cuya interpretación podría llevarnos al infinito, o al menos a la revisión exhaustiva de los autores que abordan esos temas desde Platón hasta nuestros días.

Quisiera solo manifestar lo que pienso en torno a esos conceptos. Entiendo por "buscar la verdad y el bien" que el estudiante comprenda lo que se le dice razonadamente, utilizando sus propias capacidades y cuestionando esa misma información en relación al bienestar social o a la manera en que esa información podría dañar o no a la comunidad.

Sabemos por ejemplo que hay científicos y técnicos que en aras al progreso (crecimiento económico, desarrollo, tecnología), fomentan la destrucción de la ecología o el olvido de la pobreza extrema en la que viven muchos compatriotas. Pienso que la primera no debe sacrificar a la segunda, pues el orden, la verdad y el conocimiento ha de ser armónico y coherente con el medio donde vivimos. Asimismo entiendo la educación como un proceso de enseñanza aprendizaje donde se busca mejorar al ser humano proporcionándole valores, integración psíquica, promoción de conciencia y auto conciencia, introyectando en él un afán de servicio.

El servicio social en el ITAM es importante y debe ser impulsado para que incida más directamente en las comunidades depauperadas y marginadas del país; necesitamos economistas, politólogos e internacionalistas preocupados por lo que pasa en Chiapas, en el Valle de Chalco o simplemente en las calles aledañas al Instituto.

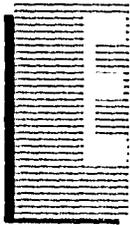
---

<sup>21</sup> *Ibid*

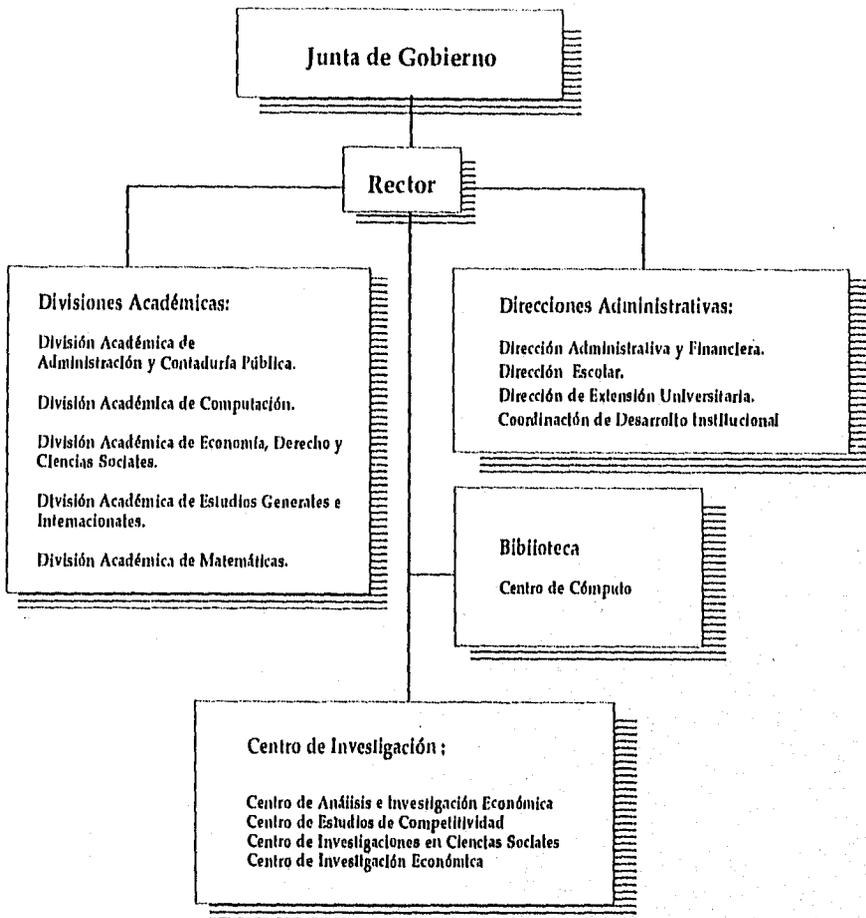
Por eso el ITAM reconoce la obligación que tiene con México y sus tradiciones han estado orientadas permanentemente a formar y conformar cuadros dirigentes.<sup>22</sup>

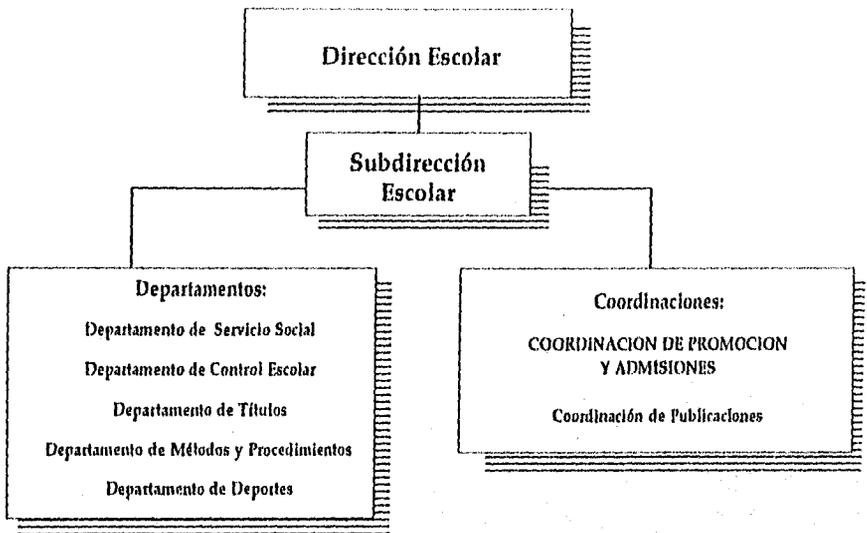
---

<sup>22</sup>ibid. p.9



# estructura Organizativa





## División Académica de Administración y Contaduría Pública

Licenciatura en Administración  
Licenciatura en Contaduría Pública

Departamento de Administración  
Departamento de Contabilidad

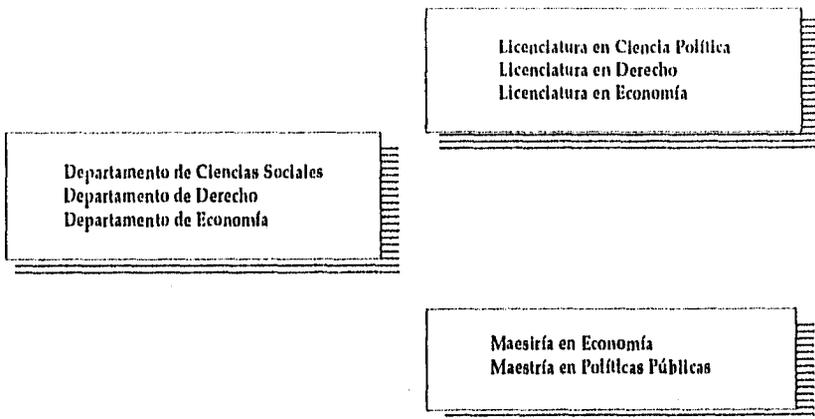
Maestría en Administración  
Maestría en Dirección Internacional  
Maestría en Finanzas

## División Académica de Computación

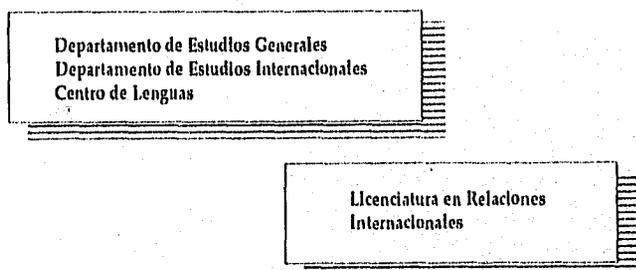
Departamento de Computación  
Departamento de Sistemas Digitales

Ingeniería en Computación  
Ingeniería en Telemática

## División Académica de Economía, Derecho y Ciencias Sociales



## División Académica de Estudios Generales e Internacionales



## División Académica de Matemáticas

Departamento de Estadística y Actuaría  
Departamento de Matemáticas

Licenciatura en Actuaría  
Licenciatura en Matemáticas Aplicadas

## Extensión Universitaria

45 Diplomados en las áreas de:

Administración  
Computación  
Derecho  
Economía  
Estudios Internacionales  
Finanzas

Humanidades  
Investigación de Operaciones  
Negocios Internacionales  
Recursos Humanos  
Telemática

## ***Recursos Humanos del área de Promoción***

### ***Julio - Octubre 1991***

1 Jefe de Promoción

Apoyo secretarial de la Subdirección de Comunicación y Difusión.

### ***Octubre 1991-Marzo 1992***

1 Jefe de Promoción

2 alumnas del ITAM de Servicio Social

### ***Abril 1992 - Septiembre 1992***

1 Coordinador de Promoción

6 Alumnos de Servicio Social

### ***Septiembre 1992-Marzo 1993***

1 Coordinador de Promoción

1 Asistente

6 alumnos de Servicio Social

### ***Marzo 1993-Septiembre 1993***

1 Coordinador de Promoción

1 Asistente

10 alumnos de Servicio Social

### ***Septiembre 1993- Marzo 1994***

1 Coordinador de Promoción

1 Asistente

12 alumnos de Servicio Social

### ***Abril 1994-Septiembre 1994***

1 Coordinador de Promoción y Admisiones

1 Asistente de Promoción

1 Jefe de Admisiones

1 Secretaria

15 alumnos de Servicio Social

***Septiembre 1994- Agosto 1995***

1 Coordinador de Promoción y Admisiones  
1 Asistente de Promoción  
1 Jefe de Admisiones  
1 Secretaria  
18 alumnos de Servicio Social

***Agosto 1995-Mayo 1996***

1 Coordinador de Promoción  
1 Asistente de Promoción  
1 Jefe de Admisiones  
1 Secretaria  
18 alumnos de Servicio Social

## **VI Organización**

Para cumplir con todo lo anterior el ITAM se organiza en lo académico por medio de un cuerpo docente de ciento sesenta maestros de tiempo completo. El noventa por ciento de ellos tiene maestría y sesenta por ciento doctorado.<sup>23</sup> Muchos de nuestros profesores son miembros ya del sistema nacional de investigadores. Existe una comisión de evaluación académica en la que participan empresarios, profesores, funcionarios públicos, que permanentemente valoran los programas de estudio y los actualizan<sup>24</sup>

En lo que se refiere a la organización administrativa el Instituto se tiene una estructura matricial y por departamentos integrados a divisiones que, a su vez reportan a la Rectoría. Las direcciones administrativas gobiernan a las diversas direcciones, como la financiera, la de desarrollo y otras. Contamos con una biblioteca en la que hay más de treinta mil volúmenes.<sup>25</sup>

Considero que el ITAM si bien es actualmente una de las universidades pioneras en su área, es también una de las pocas universidades permanentemente comprometidas con el trabajo social en el mejor sentido de una escuela privada pero con fines de servicio público. Sus niveles de calidad académica han sido probado a través de los años y hoy por hoy, algunos egresados nuestros ocupan puestos fundamentales en la administración pública nacional.

El ITAM imparte actualmente las siguientes Licenciaturas :

- 1 Actuaría
- 2 Administración
- 3 Ciencia Política
4. Contaduría Pública
- 5 Derecho
- 6 Economía
- 7 Matemáticas Aplicadas
- 8 Relaciones Internacionales
9. Ingeniería en Computación
10. Ingeniería en Telemática

---

<sup>23</sup>ibid.p.19

<sup>24</sup>ibid.p.9

<sup>25</sup>ibid

A nivel posgrado se imparten siete Maestrías:

1. Administración
2. Dirección Internacional
3. Economía
4. Finanzas
5. Políticas Públicas
6. Seguros
7. Tecnologías de Información y Administración

Los diplomados que se ofrecen son más de cuarenta y cinco en las siguientes áreas: Administración, Economía, Humanidades, Internacionales, Contaduría, Estadística y Derecho.

El ITAM cuenta con instalaciones ubicadas en dos direcciones:

1. Río Hondo No. 1, Tizapán San Angel, México, D.F. C.P. 01000, Delegación Alvaro Obregón, donde se imparten básicamente los programas de Licenciatura e Ingeniería.

2. Av. Santa Teresa 930, Héroes de Padierna, México, D.F. C.P. 10700, Delegación Magdalena Contreras, que es el Centro de Investigación y Estudios de Posgrado (CIEP), en donde se imparten las clases de maestría y diplomados además de albergar centros de investigación .



*Servicios en el plantel de Río Hondo:*

2 Bibliotecas  
Hemeroteca  
1 Centro de Cómputo  
1 Cancha de basket ball  
2 Canchas de tenis  
1 Cancha de Fútbol rápido  
Servicio médico  
Circuito Cerrado de televisión  
1 Cafetería  
Centro de servicio social  
Departamento de ex-alumnos  
departamento de Bolsa de Trabajo  
Departamento de Intercambio Académico  
Laboratorio de Electrónica  
Laboratorio de Instrumentación  
Laboratorio de Redes  
Laboratorio de microprocesadores  
Laboratorio de Automatización (fabricación flexible)  
Laboratorio de Telemática  
Centro de Lenguas  
Conexión a redes: ETHERNET(backbone)  
Acceso a la red BITNET e INTERNET

*En el Centro de investigación y Estudios de Posgrado (Plantel Santa Teresa)*

Biblioteca  
Hemeroteca  
Centro de Cómputo  
Acceso a las redes  
Centro de Análisis e Investigación Económica (CAIE)  
Centro de estudios de competitividad (CEC)  
Centro de investigación económica (CIE)  
Programa de cátedras  
Cafetería  
Aulas computarizadas  
Salas de descanso

*Organismos y Asociaciones de la comunidad:*

Asamblea de representantes del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ARITAM)

Sociedad de Alumnos del Instituto Tecnológico Autónomo de México

Asociación Nacional de ex-alumnos del Instituto tecnológico Autónomo de México, A.C. (EX-ITAM)

Representaciones de Licenciatura y Maestría

Asociación de Alumnos Foráneos del Instituto Tecnológico Autónomo de México (AEF-ITAM)

Asociación de Estudiantes de Derecho (PHI DELTA PHI)

Asociación Internacional de Estudiantes en Ciencias Económicas y Comerciales (AIESEC)

Asociación de Empresarios del Instituto Tecnológico Autónomo de México (AEI)

Taller de Teatro

Revista Opción y Foropción, que son órganos de expresión de los alumnos del Instituto Tecnológico Autónomo de México.

## *VII Objetivos de la actividad de la Coordinación de Promoción*

Uno de los objetivos centrales de carácter general de toda actividad profesional debe estar vinculado al desarrollo y expresión de las habilidades; eso quiere decir que todo el aprendizaje adquirido en el proceso de estudio curricular durante una licenciatura debe tener expresión, validación y confirmación de su carácter pericial en las actividades profesionales que se realizan cuando uno ingresa al campo laboral. Lo que esto significa es que un estudiante de licenciatura comienza a conocer el verdadero sentido de sus estudios al comenzar a trabajar, haciendo ajustes, revisando lo que no comprendió e incluso repasando temas que se vuelven indispensables para la solución de problemas. Por eso, la Pedagogía como teoría y praxis ha de ser algo más que la propuesta teórica acerca de métodos, formas y estilos de enseñanza aprendizaje; debe ser, sobre todo, una actividad educativa que incluya los niveles de promoción, orientación y docencia e investigación.

De acuerdo a lo anterior el objetivo general de la actividad profesional que me ha ocupado en los últimos tres años, está enfocado a la promoción institucional del ITAM pero con la intención de atraer estudiantes reflexivamente convencidos de los planes de estudio que ofrece el Instituto. Podríamos decir pues que la actividad profesional de promoción es el conjunto de actos encaminados a la información, atracción y concientización de estudiantes de bachillerato con aspiraciones educativas a nivel superior. De aquí se desprenden varios objetivos específicos que iremos explicando.

*Objetivo específico de información.* Dar a conocer los programas del Instituto a los estudiantes de bachillerato que aspiran a sus licenciaturas, así como Maestrías y los programas de Extensión Universitaria.

No solamente estamos diciendo aquí que la información consiste en decirle a los jóvenes en las diferentes preparatorias elegidas cómo y qué es lo que pueden estudiar en el ITAM. Se trata de utilizar las herramientas pedagógicas adquiridas en la licenciatura para detectar el tipo de estudiantes a los que se informa sobre el ITAM, los posibles problemas emocionales o académicos que hay en ellos y, metódicamente, ofrecer la información de los planes de licenciatura que se cubren en el Instituto. Muchas veces enviar paquetes o confirmar citas telefónicas y acudir a las escuelas facilita las tareas de promoción, pero en otras ocasiones se requiere algo más: conocer el tipo de estudiante, identificar los problemas económico sociales de las personas y

escuelas a las que uno se dirige; saber identificar la curricula de las escuelas en las que se realiza la promoción que ha de ser flexible dependiendo claro, de las circunstancias. Es necesario que nuestros informadores reciban capacitación para saber como acceder a los lugares y personas donde se hace la promoción; promover es convencer, comenzar a formar informando, haciendo que el estudiante tenga conciencia de lo que implica una licenciatura en una Universidad cuyos requerimientos académicos rebasan con mucho lo fácil, lo sencillo. También se trata de que los estudiantes sepan cuáles son los programas pero no solamente en cuanto a materias y profesores que imparten los cursos sino, sobre todo, haciéndolos valorar la dificultad que representa estudiar cada licenciatura (no es lo mismo que muchachos del área económico administrativa con inquietudes filosóficas procuren estudiar contaduría a tener jóvenes del área de fisico-matemático que desean estudiar Actuaría o matemáticas aplicadas, porque en el segundo caso hay mucho más información respecto de lo que es coherente, al menos la prospectiva de estudio que en lo que toca al primer caso), por eso al promover nuestro objetivo es también orientar.

*Objetivo específico de la orientación.* La orientación la entendemos como la búsqueda de estudiantes que coherente y reflexivamente apuntan a una licenciatura sin correr un alto riesgo de incurrir en deserción, pues es sabido que muchos jóvenes saben más o menos qué es lo que hace un médico, pero cuando comienzan a estudiar la Medicina padecen desilusiones teórico prácticas que los llevan a desertar. Por eso el objetivo de orientar es hacer de la promoción una labor exitosa que va más allá de la captación de alumnado.

La palabra orientación se refiere a dar camino o cauce a algo de hecho. Para hacerlo se requiere de lo que es el método cuyo sentido es precisamente camino; por tanto el problema de la orientación es cuál es el método para encauzar mejor a un joven en la selección de su programa profesional de estudios. No existe en realidad ese método único y universal que nos dijera en todos los casos qué es lo que hay que hacer para llegar preparado a la universidad y mucho menos evitando deserciones futuras. Por eso consideramos que la orientación tiene que utilizar todos los métodos que se van dando momento a momento en propio proceso de selección; es decir la formación e información del estudiante que se atrae a una institución comienza el primer día que se entera de los programas curriculares y culmina precisamente cuando terminan esos programas. Por eso en el departamento de promoción comprendemos la orientación como sostenida, constante

intensificando esa labor al inicio del proceso que es cuando los propios estudiantes de licenciatura, directores de carrera y mi equipo de trabajo invitan al estudiantado ofreciendo un exégesis del sentido académico de estudiar en el ITAM.

De acuerdo a lo anterior nuestros orientadores (promotores) difunden los programas pero buscando en todo momento que los estudiantes se sientan convencidos de la Institución y la carrera que eligen.

*Objetivo específico de difusión.* La promoción y la difusión se traslapan e implican mutuamente. Difundir es dar a conocer las diferentes actividades que tienen lugar dentro de un centro de trabajo, no importando si las actividades en cuestión se refieren a lo cultural o a lo social, si por social entendemos eventos como conferencias, mesas redondas, reunión de estudiantes, Día ITAM, y las diversas actividades que tienen lugar en el Instituto. Por eso entendemos por difundir, promover el acceso a las actividades de superación académica e interacción social entre los miembros de nuestra comunidad; difundir todo el tiempo, semana a semana vía carteles, recados en pizarrones, visitas a salones es propiciar la integración entre todos los miembros de la comunidad universitaria. Esta difusión complementa igualmente las labores de orientación a las que me he referido antes porque al difundir los eventos académicos y culturales del ITAM muchos profesionales y estudiantes adquieren elementos para orientar a los prospectos de ingreso al ITAM.

Por eso si juntamos los tres objetivos específicos "información-orientación-difusión" logramos el objetivo general a través del cual se atraen estudiantes, se les orienta e induce o encaniza para que tengan éxito en su examen de admisión, cerrando con eso un ciclo que se anuda a otros que de modo sostenido el departamento de promoción realiza estimulando y apoyando a los estudiantes para que estos terminen sus licenciaturas exitosamente. No queremos repetir una y otra vez lo imprescindible que es orientar pero para el departamento de promoción la orientación es una preocupación que está presente en los paquetes que enviamos, en las pláticas cuando se acude a las escuelas, y sobre todo en ese Día ITAM en el que al estudiante se le compromete más con la Institución y ayuda para que cuando presente su examen de admisión las posibilidades de éxito sean mayores. Esto no quiere decir por supuesto que nosotros damos cursos acerca del examen de admisión o, en el caso del TOEFL (Test of English as foreign language) tampoco redactamos formatos de examen de admisión para que los estudiantes se

preparen ,aunque disponemos de una guía de estudio y ejercicio para que los estudiantes puedan presentar su examen sin tener las dificultades que un joven demasiado seguro de si mismo podría tener.

Ya cuando hablemos de nuestro diagnóstico haremos las propuestas pertinentes respecto a lo que hace falta en orientación, por lo pronto conviene recordar que también orientamos a la comunidad toda vez que hay profesores y estudiantes que acuden a nosotros para conocer planes y programas que después sugieren a familiares o conocidos. No son pocas la ocasiones en las cuales estudiantes que no pasan el examen de admisión con calificaciones altas y promedios satisfactorios vienen a nosotros a pedir reconsideración, y desde la valoración pedagógica y de orientación, la Dirección Escolar, Directores de carreras y Comité de Admisiones, estudian el caso entrevistando previamente al interesado y con todos estos elementos, se decide si se le puede dar la admisión, ya que un estudiante que no acredita un examen de admisión pero tiene credenciales adecuadas para estar en el ITAM no debe quedar afuera de la Institución.

Para mi orientar es un compromiso ético que se tiene con cada estudiante desde que ingresa hasta que egresa; va más allá de presentar un temario pues hay que explicar el porqué del mismo así como las finalidades y expectativas que ofrece. Hay estudiantes que no saben dónde van a trabajar cuando terminen su licenciatura o cuales son sus posibilidades de éxito económico y de gratificación personal después de su licenciatura. A ellos hay que darles explicaciones exhaustivas e información sobre bolsa de trabajo, actividades profesionales ligadas a sus áreas de interés, informes en torno a la comunidad y a las regiones donde pueden desempeñarse mejor una vez que egresen de sus licenciaturas.

Parce increíble que en las escuelas preparatorias se le dé a los estudiantes apenas un esbozo de lo que podrían hacer si fuesen por ejemplo Actuarios; es increíble que por estar de moda la Economía en el gobierno haya tantos jóvenes que descubren o dicen que no soportan la Economía pero la estudian porque están seguros de que serán millonarios o funcionarios de Estado siendo egresados del ITAM.

Mucha labor de orientación se hace ya en otros departamentos como el de Estudios Generales y Centro de Lenguas que nos apoyan impartiendo cursos de Español, Redacción y Humanidades. Pero el departamento de Promoción no

puede suplir tales actividades a pesar de pretenderlo al hablar con cada estudiante intentando erradicar las confusiones con que llega del Bachillerato. Por eso organizamos el Día ITAM, implantamos las pláticas profesionales, pedimos a los Directores de carrera expliquen a los jóvenes cuáles son sus perspectivas laborales y académicas y asentamos en nuestra paquetería información lo más precisa posible acerca de la naturaleza y objetivos de cada licenciatura.

Promoción también fomenta el Servicio Social, el cual es solo una derivación o consecuencia de la información, difusión de los eventos académicos que apoyan los estudios del alumno en su carrera, el muchacho sabe el tipo de servicio que puede prestar a la comunidad no solamente por lo que ha estudiado en su licenciatura sino también al preguntarnos dejándonos la oportunidad de sugerirle alternativas de acción para llevar a cabo el servicio. Por su propio sentido lógico, el servicio es gratuito e implica una forma de retribuir a la sociedad civil en lo que toca a su esfuerzo para que el estudiante pueda educarse: el ITAM no solamente vive de colegiaturas, pues el agua, el alumbrado, el acceso y la seguridad pública provienen de la comunidad. De ahí que Promoción tiene que difundir enérgicamente el Servicio Social como actividad desinteresada y de entrega a la sociedad.

La actividad profesional a mi cargo en los últimos tres años también ha buscado que los profesores se conozcan entre sí vía seminarios interdisciplinarios que año con año intentamos difundir, pues como ya se dijo arriba hay cursos que se efectúan a base de conferencias, invitados especiales a paneles, simposia, donde Promoción y Relaciones Públicas interactúan apoyando las actividad académico-universitaria. Por eso la actividad profesional de Promoción acerca a los profesores y alumnos.

Uno de los objetivos por alcanzar es promover la institución en el extranjero procurando que las universidades norteamericanas y europeas conozcan nuestros programas, la calidad académica de nuestra docencia e investigación. Ese objetivo se ha logrado en buena medida si consideramos que en el ITAM hoy contamos con una cantidad de estudiantes latinoamericanos pequeña pero significativa. Estudiantes norteamericanos que deseen mejorar su español y conocer sistemas económico políticos de México podrán, por la vía de Intercambio Académico acceder al Instituto. Ahí es donde el departamento de Promoción tiene muchas tareas por realizar como se verá en el apartado diagnóstico.

**VIII Cronograma de Actividades de la Coordinación de Promoción y Admisiones**

AÑO	MES	ACTIVIDADES
'91 - '92	Enero - Diciembre	Atención al público en general
	Febrero	Día ITAM
	Julio	Elaborar proyecto
		Preparación de material para envío
		Difusión de eventos
	Agosto	Elaboración del presupuesto de artículos de Promoción
		Envío de material
	Agosto - Mayo	Concertación de citas por vía telefónica
	Agosto - Junio	Visitas a escuelas
'92 - '93	Febrero - Mayo	Sesiones informativas de Maestrías
	Enero - Diciembre	Atención al público en general
	Febrero	Día ITAM
	Julio	Elaborar proyecto
		Preparación de material para envío
		Difusión de eventos
	Agosto	Elaboración del presupuesto de artículos de Promoción
		Envío de material
	Agosto - Mayo	Concertación de citas por vía telefónica
'93 - '94	Agosto - Junio	Visitas a escuelas
	Febrero - Mayo	Sesiones informativas de maestrías
	Noviembre	Pláticas a los Orientadores Vocacionales*
	Enero - Diciembre	Ferías al interior de la República*
	Enero - Diciembre	Envío de la información solocotada telefónicamente*
	Enero - Diciembre	Atención al público en general
	Febrero	Día ITAM
	Julio	Elaborar proyecto
		Preparación de material para envío
'94 - '95		Difusión de eventos
	Agosto	Elaboración del presupuesto de artículos de Promoción
		Envío de material
	Agosto - Mayo	Concertación de citas por vía telefónica
	Agosto - Junio	Visitas a escuelas
	Febrero - Mayo	Sesiones informativas de Maestrías
	Noviembre	Pláticas a los Orientadores Vocacionales
	Enero - Diciembre	Ferías al interior de la República
	Enero - Diciembre	Envío de la información solicitada telefónicamente
	Noviembre y Marzo	Coloquios de Computación y Telemática*
	Febrero - Marzo	Pláticas a escuelas públicas*
	Enero - Diciembre	Atención al público en general

	Febrero	Día ITAM
	Julio	Elaborar proyecto
		Preparación de material para envío
		Difusión de eventos
	Agosto	Elaboración del presupuesto de artículos de Promoción
		Envío de material
	Agosto - Mayo	Concertación de citas por vía telefónica
	Agosto - Junio	Visitas a escuelas
	Febrero - Mayo	Sesiones informativas de maestrías
	Noviembre	Pláticas a los Orientadores Vocacionales
	Enero - Diciembre	Ferías al interior de la República
	Enero - Diciembre	Envío de la información solicitada telefónicamente
		Invitación a las semanas culturales de todas las carreras*
		Conferencias de todas las carreras*
	Noviembre y Marzo	Coloquios de Computación y Telemática*
	Marzo	Concursos de Computación y Telemática*
	Febrero - Marzo	Pláticas a escuelas públicas
'95 - '96	Enero - Diciembre	Atención al público en general
	Julio	Elaborar proyecto
		Preparación de material para envío
		Difusión de eventos
	Agosto	Elaboración del presupuesto de artículos de Promoción
		Envío de material
	Agosto - Mayo	Concertación de citas por vía telefónica
	Agosto - Junio	Visitas a escuelas
	Febrero - Mayo	Sesiones informativas de Maestrías
	Noviembre	Pláticas a los Orientadores Vocacionales
	Enero - Diciembre	Ferías al interior de la República
	Enero - Diciembre	Envío de la información solicitada telefónicamente
		Invitación a las semanas culturales de todas las carreras
		Conferencias de todas las carreras
	Noviembre y Marzo	Coloquios de Computación y Telemática
	Marzo	Concursos de Computación y Telemática
	Febrero - Marzo	Pláticas a escuelas públicas
		Sesiones informativas de becas a escuelas públicas*
	Abril	Concursos de todas las carreras*
		Talleres y cursos de Computación y Telemática*

\* Innovaciones de cada año

## ***IX Descripción de la actividad laboral***

Las actividades de Promoción tienen como objetivo difundir los planes de estudio que ofrece el ITAM y atraer al mayor número de aspirantes a las licenciaturas y maestrías que el Instituto ofrece a través de pláticas, conferencias, visitas a preparatorias y universidades, coloquios, concursos, eventos académicos, culturales y deportivos, Día para Orientadores Vocacionales, Día ITAM para estudiantes, etc.

En este capítulo se describirán las actividades realizadas del mes de julio de 1991 a 1994. La promoción no se limita a los que se mencionó anteriormente acerca de la atracción de estudiantes y su orientación; la promoción es también dar a conocer los eventos y proyectos de la Institución afuera y adentro de la misma. El reporte de Promoción 1991-1992 se presenta por meses en los que describo la actividad y procedo a explicarla punto por punto.

### **Año 91-92**

A partir de Julio se elaboró el proyecto de Promoción, los directorios de preparatorias del D.F., Estado de Morelos y Estado de México. La idea aquí fue contar con una lista completa, o suficientemente integrada de las escuelas preparatorias de la capital y las entidades cercanas. Esto con la finalidad de identificar fácilmente el grupo meta de la promoción.

Más adelante se preparó un presupuesto de artículos promocionales. (Tazas con el logotipo del ITAM, llaveros, libretas, folletos) se envió información a preparatorias del D.F. y de los Estados circunvecinos abarcando licenciaturas y maestrías. En esta línea se concertaron citas con candidatos implementando la política de confirmarlas vía telefónica durante los meses agosto-noviembre y sin interrupción.

En este periodo, la información y las citas debían completarse o enriquecerse con la orientación vocacional. La estructura de esta orientación contemplaba pláticas de información general y por carreras donde la primera corre a cargo de Promoción y la segunda contempla el compromiso de los Directores de carrera quienes hablan a los orientadores vocacionales para que sepan lo que deben explicar a los candidatos a ingresar al ITAM.

Es preciso señalar que en el mes de febrero de ese ciclo escolar se organizó el Día ITAM que consiste en una actividad febril que comienza muy temprano: se recibe a los jóvenes en el Auditorio del Instituto y las autoridades del mismo, acompañadas de los Directores de carrera informan a los estudiantes sobre los planes de estudio, el campo de trabajo, las especializaciones y posgrados a que pueden aspirar de acuerdo a sus intereses; también se pretende hacerlo sentir como en casa mostrándoles las instalaciones y finalmente preparando una comida donde ellos se van conociendo. Algunos profesores comentaron que hay jóvenes que se conocieron ese día y guardan amistad y relación por mucho tiempo, lo cual sólo sería importante en el sentido de que el efecto integración se comienza a concretar desde ese momento. Algunas clases se suspenden debido a que el flujo de estudiantes que llegan es enorme (1556)<sup>26</sup>

Promoción propuso que se hicieran sesiones informativas de maestrías y su difusión por la vía de carteles, tanto dentro del Instituto como fuera de él, pues era necesario promover maestrías como la de Políticas Públicas y otras cuya matrícula se caracterizaba por ser de baja demanda, debido quizá al desconocimiento de los programas o bien, a su costo comparativo en el extranjero de modo que me aboqué a la tarea de que la difusión y promoción de posgrado vía carteles y desplegados periodísticos se hiciera durante todo el año, invitando a profesionistas en particular y universidades en general a los diferentes eventos donde se dieran a conocer los programas de posgrado. Sale sobrando decir que la mensajería y el fax, y otros elementos de la tecnología de comunicación como el sistema de redes fueron utilizados de modo constante durante todo este periodo. A grosso modo, podríamos decir que el conjunto de actividades concretas se resume de la siguiente forma:

a) Organizamos pláticas en ciento cuarenta y seis preparatorias del D.F., Estado de México y Estado de Morelos.<sup>27</sup> Cada plática tuvo una duración de una hora, más el tiempo ocupado en desplazarse de un punto al otro;

b) Asistimos a treinta y dos ferias universitarias en preparatorias privadas y una pública.<sup>28</sup>

La feria universitaria es un acontecimiento especial donde la escuela preparatoria invita a varias universidades a presentar sus programas,

<sup>26</sup>Reporte de actividades, coordinación de promoción ITAM, 1992-1993. P.2

<sup>27</sup>Ibid. p.4

<sup>28</sup>Ibid. p.5

planes de estudio, recursos y carreras. La asistencia es importante en términos de competencia y calidad y los jóvenes eligen la opción que les parece mejor.

c) Se organizaron diez sesiones informativas de maestrías , de las cuales una se hizo en la UNAM <sup>29</sup>(reconociendo la necesidad de incrementar esta promoción en nuestra máxima casa de estudios), una en la Universidad Iberoamericana y las demás dentro del mismo ITAM porque pienso que nuestros egresados están en las mejores condiciones para continuar en la línea de trabajo que a nivel de posgrado ha preparado para ellos el Instituto en cuanto a calidad y contenidos.

Las presentaciones se realizaron en el ITAM con la presencia de gente de otras universidades y empresas, que acudiendo a los planteles de Río Hondo y Santa Teresa, comenzaban a sentirse implicados en la promoción.

d) Dentro del ITAM, atendimos personalmente a un total de 4080 personas, haciendo un total de tres mil llamadas telefónicas, y más de dos mil envíos por correo y mensajería<sup>30</sup> significando un enorme esfuerzo donde, repito, mi compromiso fue total. Al mismo tiempo coordiné el envío de programas del ITAM a ciento veinte preparatorias de la Capital y los Estados vecinos y paquetes con información de Maestrías y Diplomados a cuatrocientas empresas, procurando captar profesionales para nuestros programas de extensión universitaria y posgrado.

e) Se hizo la difusión de sesenta eventos académicos al interior del ITAM <sup>31</sup>diseñando los carteles y distribuyéndolos de modo que su desarrollo se realizara con éxito.

---

<sup>29</sup>ibid. p. 13

<sup>30</sup>ibid. p. 14

<sup>31</sup>ibid. p. 19

### *Proyecto 1992-1993*

Al comenzar el nuevo ciclo escolar, se reelabora el proyecto de trabajo para el ciclo académico. El directorio de preparatorias y universidades se revisa para incluir a otras o bien, y según la experiencia académica eliminar algunas del directorio anterior ( es decir actualizamos la información tanto para el D.F como la provincia).

Por otra parte, el material de trabajo, la folletería, las cartas se rediseñan para hacerlo más flexible de acuerdo a nuestras necesidades de promoción , buscando formatos ágiles, atractivos y completos. Dicho material fue enviado a preparatorias y universidades dentro de la actividad de apoyo tanto para la convocatoria de estudiantes como para extender el conocimiento del Instituto a otras escuelas.

Se dispuso realizar un presupuesto de los artículos de promoción con una doble finalidad: mantener al departamento de contabilidad informado de las necesidades económicas de la promoción en sí, y lograr que los artículos de promoción sean atractivos, útiles y puedan estar a disposición de quien solicite información sobre el Instituto, o de aquel a quien eventualmente se le envía esa información. Ya dije antes que los artículos son diversos, recorriendo una amplia gama que va desde llaveros y ceniceros hasta tazas, logotipos, gomas de borrar, donde la intención solo aparentemente universitaria es también académica porque el artículo que se entrega es un apéndice o agregado del intercambio de orientación e información que se tiene con los entrevistados.

En el periodo que va de septiembre a mayo se desglosan varias actividades en el siguiente formato:

Se prepara la información a través de cartas y folletos incluidos en sobres, se membreta todo esto enviándolo a preparatorias y universidades; es preciso recordar que esa misma información varía según la Institución de que se trate , pues es evidente que tanto los planes de estudio como los calendarios para unos y otros programas divergen.

Algunas de las Maestrías, por decir algo, comienzan antes de septiembre y otras están ya en proceso desde agosto, como es el caso de la maestría en Políticas Públicas que cada año inicia y ofrece cursos en verano; en ese sentido, aunque dedicamos el mes de agosto para enviar la información también

procuramos que llegue a tiempo, como sería el caso de otras Maestrías que inician con anterioridad.

Dentro de lo que se envía se contemplan las solicitudes de admisión al ITAM independientemente de que las preparatorias respectivas soliciten formas de aplicación; el sentido de este hecho, radica en que pensamos en Promoción que la calidad institucional no es un obstáculo para acudir a las preparatorias con los formatos de inscripción facilitando así al estudiantado algunos trámites y también proporciona a éste una idea de las condiciones de acceso al Instituto al modo como las universidades extranjeras envían sus aplicaciones. Este acto es polémico en sí mismo porque pareciera que el ITAM es una institución establecida a la que han de solicitar ingreso los estudiantes; pero pienso que la promoción hace llegar la solicitud porque la estabilidad no significa inmovilidad. Esto quiere decir, que el hecho de que haya un cupo limitado, no implica dejar de promover la posibilidad de ingreso, ya que a mayor número de aspirantes, mejores probabilidades de selección.

De agosto a noviembre el teléfono no descansa; se confirman citas, se convocan otras preparando la entrevista con múltiples estudiantes que vendrán a orientarse y saber del Instituto, de sus carreras y ventajas comparativas. Es importante señalar que la cita telefónica es pedagógicamente significativa porque personaliza la atención que merece el estudiante, el cual se siente desde ese momento participe aunque sea en esbozo de la comunidad. Conviene aquí también recordar que en algunas ocasiones grupos de estudiantes durante todo el año son invitados telefónicamente a visitarnos, conocer las instalaciones y, desde luego, escuchar pláticas promocionales.

En esta línea uno de los principales eventos es la orientación vocacional que tiene un sentido ya descrito; sin embargo, en este ciclo 92-93 decidimos que la orientación incorporara diferentes tipos de gente:

- a) Personal de promoción
- b) Orientadores vocacionales
- c) Directores de carrera y profesores de la Institución
- d) Funcionarios del sector público.

Quizá el inciso polémico sería el inciso d, pero tiene una explicación que se define en términos del significado cada vez mayor que tiene el ITAM como presencia precisamente en las agencias gubernamentales; cada vez más

estudiantes egresados del ITAM desempeñan funciones de Gobierno y la demanda, por decir algo "Banco de México" de egresados pasantes para ocupar plazas, el apoyo de becas que se les otorga para que sigan estudiando en el extranjero, ha establecido un puente entre el ITAM y el sector público que no quiere decir en absoluto que el Instituto se comprometa académicamente en cuanto a sus programas con los intereses o parámetros de ese sector porque la libertad de cátedra incluida en nuestros principios así lo impone.

Las pláticas promocionales de información general sobre las carreras que ofrece el Instituto tienen lugar de septiembre a mayo; es decir, constantemente estamos invitando muchachos de preparatorias y universidades en su caso y empresas para explicar los contenidos curriculares de nuestras Licenciaturas y Maestrías. Estas pláticas contaron con una participación emotiva y completa por parte de los estudiantes del ITAM quienes hablan a los muchachos de preparatoria desde su experiencia como estudiantes, que en este caso es común, y buscando la cercanía generacional; sin embargo en esta época todavía los Directores de carrera no se comprometían a dar las pláticas tan constantemente y quizá el Centro de Cómputo si lo hizo en función de que sus carreras, sobre todo una de ellas, "Telemática" son recientes aunque es necesario señalar que cuando ha sido preciso el profesorado ha estado con nosotros.

El proyecto de Servicio Social en el ITAM es muy importante pues siempre ha pretendido ser un aporte de la comunidad universitaria a la solución de problemas nacionales o locales de la sociedad en su conjunto; el sentido de responsabilidad social se entiende como un compromiso ético con los demás, pues justo es que el estudiante que ha recibido una formación superior de calidad retribuya a los demás a partir de lo que sabe. Durante un tiempo, el Servicio se desvirtuó; algunos estudiantes lo cubrían de una manera poco comprometida, dando algunas clases (en la Preparatoria Abierta que depende del Departamento de Servicio Social), apoyando labores en el área de Relaciones Públicas del ITAM e incluso apoyándose en Promoción.

Otros estudiantes se integraron a lo que se conoce como Facultades Menores de Carrera, donde los estudiantes de semestres avanzados con los promedios más altos, asesoran y supervisan a los que apenas inician; pero hoy estamos promoviendo un Servicio más dirigido a atacar problemas de una comunidad concreta procurando su solución. Por ejemplo el grupo de MUUPAC, movimiento universitario para el cambio, es una asociación de jóvenes universitarios con apoyo de las autoridades que trabajan en colonias

marginadas como San Bernabé, fundando una casa hogar, alfabetizando, promoviendo la pavimentación y los servicios de higiene. Algunos estudiantes a través del curso "Ciudad de México" coordinado en el Departamento de Estudios Generales, realizan trabajos de investigación sobre niños marginados, contaminación, maltrato a los infantes, pobreza y hacinamiento, promiscuidad y prostitución en la ciudad pretendiendo a raíz de las investigaciones continuar con un servicio social dirigido a atacar ese conjunto de problemas.

En el departamento de Promoción los apoyamos en todo lo necesario y sus eventos son publicitados dentro y fuera de la comunidad. Por ejemplo, profesores que organizan conferencias con temas de contenido social piden apoyo a Promoción y nosotros nos encargamos sistemáticamente de que las actividades culturales sean anunciadas a tiempo; y no solo por lo que toca a los profesores del Instituto, sino más allá de sus fronteras incluye ahora a entidades como el Instituto Nacional de Bellas Artes o la Sociedad Mexicana para el Auxilio al Retraso Mental o AMPAC que por medio del departamento a mi cargo dan a conocer en el ITAM sus programas y eventos. En ese sentido la promoción también promueve la cultura.

Como un elemento básico de la educación es importante romper con el estigma de que somos una escuela privada, elitista que se olvida de las necesidades de los jóvenes que atienden escuelas oficiales y que, por sus bajos ingresos o posibilidades no podrían pagar el ITAM; la promoción de un agresivo programa de becas para atraer a los mejores estudiantes de escuelas oficiales ha formado parte de mis intenciones y así se ha hecho saber a la Dirección Escolar que evitará que un estudiante capacitado que lo desee no reciba la oportunidad de estudiar en nuestra escuela.

De marzo a mayo varias conferencias en la línea de Computación y Telemática se realizaron en forma de simposium en razón de la necesidad de esta última de traer estudiantes a una carrera relativamente joven en el ITAM y en el país, es claro que la Informática tiene varios sentidos, tanto en lo que refiere a la parte administrativa cuanto en lo que es en sí la Ciencia de la Computación, los sistemas digitales y la telemática enfocada a comunicaciones con apoyo en computación. Todo esto ha revolucionado procesos educativos, de intercambio, de información y de integración a niveles nacionales e internacionales. Para nadie es sorpresa hoy el correo electrónico y el fax que mediando la fibra óptica nos permite dialogar simultáneamente con colegas, universidades de todo el mundo. El departamento de Promoción organizó el simposium y a raíz

del mismo profesores del Instituto comenzaron a demandar un mayor apoyo del servicio de redes, y los estudiantes aspirantes manifestaron su interés por las licenciaturas del área que hoy han visto incrementada su matrícula.

En el mes de febrero se organizó el Día ITAM con una variante en el decorado, pensamos que los estudiantes deben llegar a una lugar con ambiente de fiesta que sin perder sobriedad e invocando los colores de la Institución fuera la principal vía de acceso a nuestro Instituto; globos blancos, verdes en las puertas, algo de música y edecanes amables propiciaba que los muchachos sintieran que la presunta rigidez del ITAM podía quedar suavizada, ligeramente matizada. A pesar de que para las autoridades esta novedad no es claramente comprensible en Promoción pensamos que el Instituto debe crear un ambiente cordial enmarque las condiciones laborales.

Los eventos relacionados con conferencias y mesas redondas de los departamentos del ITAM promueven la superación académica de los estudiantes y el intercambio interdisciplinario entre profesores . Por esa razón nos hemos propuesto en Promoción tener formatos de difusión de eventos cada vez más atractivos; por ejemplo, en una conferencia con el título " Economía y Política en la Ciudad. de México" en Maestro José Manuel Orozco nos pidió ilustrar un cartel y nosotros hemos colocado el título, los ponentes, graficando una mesa con personas discutiendo o debatiendo. Eso requiere de un fuerte manejo de cómputo y agilidad, pues la promoción tiene que hacerse uno o dos días antes del evento y retirarse a tiempo.

## *Reporte de actividades*

Si resumimos el conjunto de actividades del ciclo 92-93 tendríamos:

1) Se enviaron cuatrocientos<sup>32</sup> paquetes de información a preparatorias y universidades de provincia con todo lo que representa el esfuerzo de empaquetar, etiquetar y distribuir, sobre todo atendiendo a la provincia mexicana.

2) Enviamos doscientos paquetes de información a preparatorias y universidades en el D.F.<sup>33</sup> no tanto porque sea más importante la provincia que la metrópoli sino precisamente por las dimensiones del país, pues, siendo realistas, el 20 por ciento de la población son estudiantes del interior de modo que el ITAM de verdad está contribuyendo a formar a la gente del país.

3) Asistimos a setenta y seis pláticas de promoción y a treinta ferias universitarias en D.F. y provincia<sup>34</sup>; y como dije antes, la feria es una buena oportunidad para que concurren varias universidades a un lugar determinado ofreciendo su calidad bajo régimen de competencia.

4) Se visitaron 11 preparatorias metropolitanas y 27 en los siguientes Estados: Veracruz, Oaxaca, Sinaloa, Tabasco, Yucatán, Baja California Norte, Michoacán, Morelos, Estado de México, Puebla y Tamaulipas.<sup>35</sup> Nos apoyamos en los estudiantes de provincia y también personalmente acudí a algunos Estados.

5) La Escuela Nacional Preparatoria (ENP), El Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH), los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT) y el Colegio de Bachilleres, fueron incluidos para proyectos de becas de 100% <sup>36</sup>y hoy tenemos estudiantes que provienen de esas escuelas.

6) Se hicieron cuatro simposia de Computación y Telemática con una asistencia de cien personas cada uno de ellos.<sup>37</sup>

<sup>32</sup>Reporte de Actividades. Coordinación de Promoción, ITAM. 1992-1993

<sup>33</sup>ibid. p.6

<sup>34</sup>ibid. p. 7

<sup>35</sup>ibid.

<sup>36</sup>ibid.

<sup>37</sup>ibid. p.10

7) Entre agosto y mayo se atendieron muchas llamadas, registramos 4302, enviando 90 fax fechados y registrados, 1333 correos dando un total de 7490.<sup>38</sup> Las cifras crudamente muestran la intensidad de las actividades que no solo pueden ser tensionantes, pero si reconfortan mucho.

8) Acudieron 75 orientadores vocacionales de bachillerato a una conferencia dirigida a ellos, en la que los Directores de las carreras del ITAM, destacaron las características de cada una. Esta labor se tradujo en éxito pues en el Día ITAM asistieron 1648 alumnos provenientes de escuelas privadas y públicas del D.F. y del interior.<sup>39</sup>

9) Se hicieron ocho sesiones informativas de Maestrías para todo público, incluyendo desde luego a los ex- alumnos.<sup>40</sup>

10) Se difundieron más de ciento cincuenta eventos vía carteles dentro y fuera del Instituto <sup>41</sup>

11) Se enviaron cuatrocientos paquetes a empresas tanto para promover licenciaturas como para promover maestrías<sup>42</sup> (cada paquete contiene un cartel, un plan de estudios de cada carrera, requisitos de admisión, programas de ayuda financiera y solicitudes de inscripción).

---

<sup>38</sup>ibid. p 11

<sup>39</sup>ibid. p. 14

<sup>40</sup>ibid.

<sup>41</sup>ibid. p. 15

<sup>42</sup>ibid. p.16

### *Proyecto de promoción 93-94*

Las actividades de promoción del último año no difieren significativamente de las habituales; sin embargo hay algunos puntos donde la forma de hacer las cosas cambió. Una de las razones de esto es que quizá por la parte de la crisis económica que atraviesa el país, las labores de promoción tuvieron que ser más intensas y agresivas. En atención a esto, la Coordinación de Promoción a mi cargo se vio en la necesidad de recibir apoyo de estudiantes que integrados a las actividades que hemos mencionado ya realizan su Servicio Social; actualmente somos once personas y la distribución de cargas de trabajo se hace más equitativa y por lo mismo, eficaz.

En los meses de junio y julio la actualización del directorio, la preparación del material para envío y el presupuesto de artículos de promoción configuró todo un repertorio de acciones y tareas por demás interesantes. Es decir, el directorio se amplió bastante, lo mismo que el envío se ha incrementado porque el apoyo que ahora recibo permite ocupar no solo a personas que me ayudan sino que aportando conocimientos y sugerencias (incluso de diseño), han contribuido a que tengamos hoy la infraestructura suficiente para la calidad de la promoción.

En Agosto del año 93 enviamos la información a preparatorias y universidades de la metrópoli por correo y personalmente, hemos visitado durante ese mes cuatrocientas preparatorias y además, en las universidades más significativas arraigadas en la ciudad, mis compañeros y yo hablamos a fondo de los programas de Maestría y Diplomados. Eso permitió, por ejemplo, que incluso alumnos de Filosofía ahora cursan diplomados como el de Pensamiento Contemporáneo, contribuyendo con eso a elevar el nivel académico del mismo. En esta misma línea, continuamente de agosto a noviembre nos repartimos las cargas de confirmación de citas vía telefónica haciendo más llamadas lo cual permitió que un mayor número de estudiantes acudiera a las pláticas promocionales y de orientación.

Como ya hemos dicho antes, uno de los huecos serios de la Institución ha sido la dificultad de estimular y profesionalizar más el Servicio Social. Por esa razón el Departamento de Promoción se ha propuesto dar a conocer dentro de la comunidad todas las opciones de Servicio que un estudiante tiene dentro del Instituto, y las modalidades de trabajo que podría encontrar fuera del mismo. Realizaremos un análisis de campo en los ámbitos empresariales y del sector

público nacional para levantar un directorio al que puedan acudir los estudiantes en demanda de información en los siguientes rubros:

a) Información sobre posibles Servicios Sociales en empresas y agencias de gobierno.

b) Información sobre posibles actividades de apoyo a la comunidad que funjan como Servicio; por ejemplo, colonias populares, organizaciones no gubernamentales, instituciones altruistas, asociaciones ecologistas donde los estudiantes pueden aprender ayudando a los que más lo necesitan.

c) Información acerca de los requerimientos académicos de las Licenciaturas o Diplomados donde un estudiante puede aportar trabajos de profesores o investigaciones en curso. Por ejemplo en el ITAM contamos con las cátedras universitarias donde un profesor se hace cargo, bajo el título de su cátedra, de coordinar actividades de investigaciones especiales que nutren a las empresas y al gobierno en la solución de problemas, análisis o reportes que les permiten desplegar una mayor actividad productiva. En ese sentido, los profesores a cargo de las cátedras ocupan a estudiantes destacados ya en los últimos semestres de su carrera y les piden apoyos diversos: revisión de bibliografías, redacción de documentos, revisión de archivos, visitas a centros académicos para recabar datos, realización de encuestas por zonas y grupos, de modo que todo eso quede articulado en un material que el investigador organiza y convierte en artículos y libros especializados.

Actualmente el ITAM cuenta con las cátedras en Economía Agrícola, Economía del Desarrollo, y recientemente Filosofía del Derecho y áreas afines como la Ética Aplicada y Computación Jurídica.

El departamento de Promoción a mi cargo ha determinado que se impriman folletos acerca del sentido de las cátedras para que los estudiantes hagan el Servicio Social y apoyen a los profesores que así lo requieran en la necesidades de difusión de sus investigaciones. En este ámbito también es intención de la Promoción dar a conocer en el caso del profesor que así lo solicite, la investigación que está realizando, de modo que las actividades de producción de conocimiento y tecnología trasciendan a nuestro Instituto.

Otra de las actividades que tenemos que fomentar en Promoción es la relativa a la difusión intrauniversitaria de las cátedras que los profesores imparten en el

Instituto de modo que, apoyando a la Junta de Facultad en su intención de hacer labores de integración, el departamento de Promoción intensificará vía directorios el proceso de intercambio de información por el que los profesores se conozcan entre sí.

Durante este periodo 93-94 las actividades permanentes han ocupado el mismo contenido de las ya mencionadas: visitas a preparatorias, universidades, difusión de las actividades culturales del ITAM, organización de conferencias apuntalando Telemática y Computación; enviando por correo de información y mensajería. No obstante hay algunas novedades. Esta vez los simposia fueron dos en computación y telemática, logramos promover cincuenta eventos dentro del ITAM doblando casi el total de lo acumulado y además empezamos a diversificar la información a lugares como Campeche y Tabasco, Estados que visitamos en Diciembre del año pasado, y recientemente Monterrey. Por eso aunque los reportes de actividades coincidan básicamente en los temas lo que cambia es la modalidad de su presentación, desarrollo y lo que se agrega a los mismos.

### *Reporte de actividades:*

Se puede resumir en cifras de la siguiente forma:

a) Enviamos cuatrocientos paquetes de información a preparatorias y universidades de provincia,<sup>43</sup>

b) Doscientos paquetes de información a preparatorias y universidades del D.F.<sup>44</sup>. Pareciera que estamos solo repitiendo y que por tanto cada año enviaremos la misma cantidad de paquetes; pero , sin embargo conviene aclarar que las preparatorias que responden a los envíos nos piden aveces hasta cuatro pláticas y eso es algo exhaustivo y agobiante; por eso si multiplicamos doscientos paquetes por un potencial de cuatro pláticas estamos hablando de casi ochocientas que tenemos que dar durante un ciclo escolar. Es necesario ser creativo, no repitirse y adecuarse perfectamente al tipo de auditorio que se tiene porque de otra manera no podríamos alcanzar el objetivo de Promoción (es natural que no se puede hablar igual a muchachos de escuelas oficiales que a jóvenes provenientes de escuelas privadas , entendienddo por esto que todo auditorio requiere un tipo de discurso específico y no que sean mejores o peores personas unas que otras). Esta flexibilidad en la disposición a informar ha constituido del Departamento de Promoción una verdadera institución y ya hoy puedo decir con certeza que escuelas oficiales y de provincia solicitan nuestra presencia por la vía de tres o cuatro pláticas por plantel.

c) Visitamos con invitación previa 133 preparatorias en el D.F. y Estados circunvecinos<sup>45</sup> llevando la promoción al lugar del destino pensamos que el ITAM debe ir cada vez más a presentar sus programas a otras instituciones de educación media superior y superior.

d) Acudimos a 28 ferias universitarias en la metrópoli y la provincia<sup>46</sup>, logrando captar el mayor índice de estudiantado.

e) Esta vez contabilizamos con mayor precisión el número de estudiantes que participaron el Día ITAM , fueron 2100 preparatorianos<sup>47</sup> implicando obvios

---

<sup>43</sup>Reporte de actividades Coordinación de Promoción, ITAM 1991-1994,p.2

<sup>44</sup>Ibid. p.4

<sup>45</sup>Ibid. p.8

<sup>46</sup>Ibid. p. 10

<sup>47</sup>Ibid. p. 12

problemas de organización (esperabamos 1600 aproximadamente) que se resolvieron satisfactoriamente.

f) Atendimos a 4500 personas en contacto directo; 3400 llamadas telefónicas y enviamos 1500 sobres con información por correo y 130 por fax<sup>48</sup>

g) En cuanto a las Maestrías y Diplomados enviamos 400 paquetes a empresas , embajadas y consulados<sup>49</sup>. En esta ocasión incluimos a las embajadas porque el ámbito diplomático había sido descuidado. En el ITAM contamos con un Departamento de Estudios Internacionales que ha organizado tres Diplomados en estudios sobre Europa, México-EU, Intercambios Comerciales y Estrategias con el Exterior, etc. Por eso pensamos que diplomáticos pueden estar interesados en conocer el Pensamiento Mexicano, la Literatura Mexicana del siglo XX y, la situación del México actual. Todo esto representa para mí, no solamente el trabajo en sí, sino la satisfacción de haber logrado altos niveles de compromiso en la promoción de nuestro país en el área de relaciones exteriores.

Quisiera cerrar este conjunto de reportes reiterando la necesidad que tenemos en el ITAM de un boletín informativo que ponga al tanto a la Junta de Facultad de las muy diversas actividades que se realizan al interior del Instituto; es necesario que se sepa lo que cada departamento organiza, los seminarios que promueve, potenciando de esa forma los intercambios entre ellos; dicho boletín está presente en toda universidad respetablemente digna y Promoción ha detectado esa carencia en el Instituto; por eso se contempla la necesidad de que el boletín reúna a la Facultad, promueva los eventos estimulando la asistencia a los mismos.

La curricula oculta en toda institución se refiere al conjunto de prácticas y discursos que se van vertebrando como la estructura no dicha de lo que está por debajo sustentando los programas y planes de estudio que integran la curricula abierta. Por lo que toca a los programas estamos hablando del contenido de cada materia escolar, que un estudiante debe cursar para acceder a la opción de titulación; pero el plan de estudios es un conjunto o lista de materias de un área determinada. Así, el plan de estudios del Departamento de Economía contempla los programas de la Licenciatura en Economía y de la Maestría en Economía. La curricula oculta está más bien referida a la organización interna

---

<sup>48</sup>Ibid.

<sup>49</sup>Ibid. p. 15

de las prácticas de poder, de las tomas de decisiones y de los tiempos y horarios reales en que se efectúan las tareas académicas. El departamento de Promoción enfrenta problemas que la misma curricula oculta produce pues en ocasiones el estilo de promoción que realizamos puede no ser del agrado de ciertas autoridades o bien prácticas tradicionales, y siempre es muy difícil romper inercias y patrones de conducta ya establecidos. Hacemos la propuesta de buscar que los estudiantes conozcan planes de estudio, programas y formas de vida institucionales ( cómo se elige el Rector, quiénes integran la Junta de Gobierno, cuál es el trabajo de las divisiones, cómo se estructuran éstas en Departamentos, Jefaturas Departamentales, Direcciones de Carrera, Coordinaciones de Materia y también las entidades administrativas de la institución procurando promover la información a profesores y estudiantes de las interdependencias funcionales entre ellas).

Rotular la información de las actividades culturales o académicas que se van realizando cada mes representa una prioridad, pues muchas veces encontramos estudiantes que desafortunadamente no se enteran a tiempo de algunas actividades y penosamente han habido conferencias muy valiosas en las que el ausentismo es notable. Promoción debe concretar un agresivo programa de eventos culturales porque dentro de los objetivos de la actividad promocional está el estímulo del desarrollo profesional de los estudiantes, pero muchas veces las burocracias o la falta de claridad en la estructura organica en las interdependencias funcionales hace que profesores o alumnos no sepan cuál es la articulación a la que deben acudir o apelar para resolver sus problemas. En esos rótulos también ofreceríamos a los estudiantes organigramas explicando cuáles son las entidades que controlan algunos eventos, profesores a cargo de ellos y lugares donde estos se realizarán y en cuanto a los trámites burocráticos es imprescindible que un profesor o alumno no pierdan tiempo innecesario en su desarrollo, pues la solución de un problema por simple que parezca en ocasiones se vuelve un proceso complicado.

## *X Diagnóstico y análisis de problemas*

El diagnóstico a tres años de ejercicio profesional no es precisamente optimista en el sentido de que falta mucho por hacer; pero sí es satisfactorio considerando lo que había cuando llegué y lo que ahora hay. Actualmente ya contamos con una estructura metodológica de trabajo, calendarizada y programable; contamos con un equipo eficiente de catorce personas apoyando el Departamento que en un principio se limitaba a mi persona y una ayudante. También contamos con el diseño de paquetes y programas y los contactos con las entidades educativas de interés, lo que permite agilizar el trabajo, sin embargo hay dos áreas donde yo quisiera enfatizar la necesidad de realizar un mayor esfuerzo:

- a) Orientación vocacional
- b) Difusión y presencia en el extranjero

### *a) Orientación vocacional. Diagnóstico de problemas.*

Los problemas que encontramos en orientación se subdividen en aquellos que son del estudiante, y los que son propiamente del Departamento que yo coordino. Comenzando con los primeros, la lista es enorme pero se resumiría en cinco puntos básicos:

1. Estudiantes que no saben qué estudiar.
2. Estudiantes que no conocen con claridad en qué consiste la licenciatura que les interesa a pesar de tener una idea vaga de la misma.
3. Estudiantes que no aprueban el examen de admisión a pesar de sus credenciales académicas (curriculum académico).
4. Estudiantes que por el medio social y cultural donde se desarrollan merecerían estar en el ITAM pero no han recibido apoyo suficiente a tal efecto.
5. Estudiantes que desertan muy pronto de la carrera que han elegido.

Los puntos anteriores constituyen el conjunto de síntomas que hacen que la orientación se vuelva difícil. Por eso me he propuesto atacar cada uno de estos síntomas de acuerdo al análisis de los mismos.

Respecto al primer punto pienso que los problemas del estudiante confundido en cuanto a lo que quiere o desea estudiar se resuelven desde la propia escuela preparatoria donde el equipo de orientadores vocacionales muchas veces está compuesto por profesionales incompetentes sin especialidad en lo que se

refiere a Orientación Vocacional. Se trata de jóvenes adolescentes transitando a la vida adulta que todavía no tienen claro un sentido de responsabilidad social y profesional en su propia vida, pero que saben que tienen que estudiar una carrera para vivir de algo. En algunos casos lamentables estudian lo que sus padres les dicen en base a una dirección de línea autoritaria y no son raros tampoco aquellos que tienen habilidades y capacidades múltiples por las cuales podrían estudiar dos o tres carreras distintas. La solución a este problema se podría dar en dos sentidos: pedir a las escuelas preparatorias que tengan una planta de profesores especializados en tareas de orientación o, al menos, algunos Psicólogos o Pedagogos expertos en la materia aptos para tal efecto.

Por lo que toca al ITAM necesitamos contar igualmente con Pedagogos o Psicólogos que orienten a los estudiantes no solo al llegar sino a lo largo de sus estudios. Algunos maestros me han confiado que muchos son los jóvenes con problemas emocionales que les entorpecen el desempeño académico y a veces hasta producen su impedimento. Por eso el apoyo psicológico es ya en sí orientador. Mi propuesta se acompaña sin embargo de actividades de orientación donde precisamente profesores y directores (al menos en lo que atañe a las licenciaturas) orienten a los estudiantes. Todavía no tenemos ese equipo de orientadores profesionalizados que apunten la promoción para que los estudiantes que lleguen tengan una idea más clara de lo que quieren estudiar y, ¿porqué no saber algo de aquellos problemas emocionales que quizá deberán resolver antes de comenzar sus estudios? Algunos de esos problemas se refieren a hechos muy simples pero de solución compleja. Padres alcohólicos, padres con éxito que presionan demasiado a sus hijos, familias desintegradas, exceso o falta de dinero, que aunque no lo parezca es un factor delicado de disociación.

2. Estudiantes que saben vagamente lo que es una licenciatura y no las dificultades que ésta acarrea. O bien, el problema es simplemente un asunto de conciencia donde el estudiante pronto se percata de que debe cambiarse de carrera y, así lo hace pero lo que sucede es que en esa celeridad que lo lleva de una licenciatura a otra, corre el riesgo de sacrificar lo difícil por lo desagradable de saber que lo que parecía fácil no lo es tanto. Debido a esto es importante que la orientación vocacional también capte a aquellos estudiantes problema que desde el inicio muestran abulia, desinterés y malas calificaciones pues tal vez el apoyo psicoterapéutico y pedagógico les ahorre tiempo inútilmente perdido.

Los estudiantes que vagamente saben por ejemplo, qué es Actuaría pero no abandonan a tiempo suelen presentar crisis de todo tipo: no soportan los seguros, el cálculo actuarial les parece complicadísimo o como en el caso de un estudiante, el excesivo razonamiento matemático les va entorpeciendo el habla y la capacidad de redacción así como generando taras emocionales del tipo " por tener que estar todo el tiempo demostrando teoremas y pensando en muertes no sé por qué nada me hace feliz." En este caso es evidente que el desconocimiento del tipo de estudio y la falta de un perfil psicológico del estudiante ha producido el desequilibrio y corremos el grave riesgo de que eso se transforme con el tiempo en algo más serio si tomamos en cuenta que los niveles de exigencia en el ITAM son sumamente elevados.

3. Estudiantes que no aprueban el examen de admisión teniendo credenciales académicas altas, son muchachos que precisamente por problemas familiares y/o concomitantes emocionales que van arrastrando, llegan al examen de admisión haciendo cuadros de crisis: olvidan lo que saben, se angustian más de la cuenta, contestan con demasiada velocidad confiando más de lo debido en sus habilidades o bien arrastran ese lastre de la educación nacional basada en la memoria donde casi en ninguna escuela preparatoria se les enseña a pensar. Dado que el examen de admisión al ITAM mide sobre todo capacidades intelectuales de análisis y operaciones de relación y comparación; es decir, si bien los contenidos deben ser manejados por los estudiantes, es muy cierto que la lógica es lo que más importa pues a la institución lo que le interesa es que el estudiante demuestre su capacidad para el diálogo, el pensamiento analítico, el planteamiento y solución de problemas y por lo mismo el sistema evaluativo se funda en un constante y riguroso proceso de exámenes en todas las materias. Se quiere que los mejores alumnos egresen aunque sean pocos.

El fracaso en el examen de admisión no necesariamente significa que el muchacho carezca de las habilidades intelectuales sino que no fue educado para expresarlas, actualizarlas. Por decir algo, son facultades potenciales que no se han despertado, y cuando llega el día del examen sorprenden al muchacho con las mejores calificaciones. Mi propuesta es que en las escuelas preparatorias se estimule el diseño de exámenes críticos donde lo más importante no sea la memoria, ya que el objetivo es constatar que no somos almacenes de información u ordenadores humanos.

También propongo que en el ITAM se dé la oportunidad de acuerdo a promedios y casos (aún no teniendo el mejor curriculum académico) para

algunos de los estudiantes que fracasan en un primer intento y desean ingresar al Instituto , que tengan la oportunidad de volver a hacer su examen de admisión, o se les aplique un examen complementario de inteligencia y conocimientos de la Licenciatura a la que quiere ingresar, además de la entrevista con el Director del programa correspondiente para que el Comité de Admisiones tenga más elementos para decidir su ingreso, sin dejar de tomar en cuenta los resultados obtenidos en el examen de admisión ( actualmente la Prueba de Aptitud Académica, del College Board).

4. Muchos estudiantes de nivel económico bajo y cuya vida se desenvuelve en medios urbanos o rurales donde hay muchas carencias no son contemplados para los programas universitarios de Licenciatura y Posgrado en las universidades particulares de México. Me parece injusto que jóvenes con calificaciones académicas altas y elevado nivel intelectual y nato no puedan aprovechar los recursos pedagógicos que una institución como el ITAM ofrecen; debido a ésto he propuesto, para empezar, que se implemente un agresivo programa de becas para aprovechar ese potencial rescatable para el Instituto. Sabemos que muchachos del Colegio de Bachilleres, Escuela Nacional Preparatoria, Colegio de Ciencias y Humanidades, etc., tienen acceso al Politécnico y la UNAM que a pesar de sus magníficas instalaciones cuentan con algunos problemas de sobrepoblación y escasez de recursos económicos. Es necesario descargar en parte atrayendo muchachos de esas escuelas y proporcionarles el apoyo financiero que se necesite. Propongo que al final de su carrera y cuando ya el estudiante sea económicamente productivo, pague el costo de sus estudios. O bien, que se incremente el programa de becas de excelencia académica, y de esa forma se sienta estimulado a acercarse a Promoción.

5. La deserción universitaria es otro de los problemas que tenemos en el ITAM lo mismo que ocurre en toda institución de enseñanza superior. Las razones son varias, muchas de ellas están ya recogidas en los inicios anteriores , pero lo que sí es alarmante es que después de la información, orientación, examen de admisión y selección de estudiantes haya todavía muchachos que al mes de iniciada su licenciatura, se quieran cambiar de carrera, y es alarmante porque definitivamente estar ya ingresado al sistema escolar o matriculado en una licenciatura implica haber dejado afuera a otro posible candidato pues muchas veces no hay lugar para todos los que efectivamente han acreditado un examen de admisión. Debemos recordar que el ITAM no es muy grande, tiene grupos de no más de treinta alumnos y una población estudiantil que no puede ni debe

rebasar cierto límite, ya que la filosofía educativa de la institución, como se dijo arriba, sacrifica la cantidad a la calidad.

En el caso de estudiantes que desertan casi al final de la licenciatura, he podido detectar que lo hacen porque no pueden acreditar alguna materia que particularmente les es imposible asimilar o comprender, y de acuerdo al reglamento del ITAM después de reprobala tres veces consecutivas quedan automáticamente fuera.

Un profesor me comentó de un estudiante al que faltándole dos materias para terminar su licenciatura le sucedió reprobado una de esas materias previamente reprobada dos veces ( Economía 8), y eso bastó para no recibirse nunca ni acabar la carrera. Yo propongo para el primer caso que un alumno que al mes de ingresado pida el cambio de carrera, no tenga esa oportunidad, sino hasta haber cursado por lo menos dos semestres, ya que no hay razón pedagógica que justifique un cambio de licenciatura cuando aún no se conoce el contenido de la licenciatura ni siquiera mínimamente; y en cuanto al segundo problema me parece que el tribunal universitario o un comité de evaluación académica debería evaluar el caso del estudiante proporcionando los medios para que este pueda realmente acabar la licenciatura con fines de titulación. Afortunadamente el trabajo de Promoción y orientación ha permitido reducir los índices de deserción.

## ***XI Soluciones a problemas***

Algunos de los problemas que yo he podido solucionar con el apoyo de mis colaboradores son los siguientes:

- 1) La implementación de difusiones masivas de información.
- 2) La implementación de llamadas telefónicas para concertación de citas personales.
- 3) La convocatoria de jóvenes de diversas preparatorias para visitar el ITAM y conocerlo.
- 4) La organización del Día ITAM de modo más eficiente atendiendo un mayor volumen de estudiantes.
- 5) La convocatoria de orientación vocacional a cargo de estudiantes y directores de carreras.
- 6) El apoyo de muchachos de la Asociación de alumnos foráneos (AEFITAM) acudiendo a los lugares de origen para efectuar labores de promoción.
- 7) El incremento matricial y matricular en las Ingenierías en Computación y Telemática.
- 8) El incremento en la difusión de eventos académicos del ITAM.

Todo este conjunto de soluciones a problemas que al llegar a la Coordinación de Promoción eran importantes porque volví a hacer el trabajo de atracción de buenos estudiantes a la institución se han traducido hoy en prácticas institucionalizadas; es decir, los problemas se solucionan y las soluciones con el tiempo conforman la rutina de trabajo de la Institución. Eso desde luego sienta precedentes estructurales y metodológicos a través de los cuales el Departamento de Promoción habrá de captar estudiantes calificados independientemente de quién esté al frente de tan importante responsabilidad. Con todo, y considerando que siempre es posible mejorar una solución, quisiera enfatizar que la implementación de las soluciones a los problemas ha tenido un seguimiento, a obedecido a un proceso innegable y arduo. Solo describiré algunos de las actividades utilizadas para tal efecto.

Para lograr, por ejemplo, una mejor difusión me aboqué a la tarea de convocar la participación de colaboradores que por la vía de Servicio Social me apoyaran en el diseño de folletos, el envío de paquetes ensobretando y clasificando materiales, a través de fax, correo y mensajería. Esto permitió que creciera el Departamento de dos a catorce personas en tres años y ahora el envío de paquetería es mucho más sencillo. La visita universitaria a preparatorias hoy se hace con el apoyo del personal de mantenimiento, los choferes y camionetas del ITAM, yendo personalmente a las preparatorias y apoyándome en los jóvenes colaboradores y los muchachos de AEFITAM que también hacen visitas de promoción. Las llamadas telefónicas antes eran una labor asfixiante pero ahora las cargas de llamadas se reparten entre muchos compañeros personalizando las citas de una manera más intensa y formal; puedo decir que hoy los jóvenes que acuden a pedir información del ITAM son mejor atendidos que hace tres años.

La orientación ha sido mi gran preocupación y las actividades que he utilizado para fomentarla, incluso contra la voluntad de algunas autoridades que piensan que el ITAM se da a conocer por sí solo, han sido varios: pedir a los profesores que orienten a los estudiantes; solicitar a directores de carrera para que proporcionen información a los muchachos en el Día ITAM sobre el programa, trabajo y especializaciones; comprometer a profesores para que de modo permanente me informen sobre las actividades académicas que realizan ayudándolos a realizar la promoción de los eventos que ellos organizan; he procurado que los lazos de interdependencia y articulación con otros departamentos se utilicen eficazmente de tal modo que Relaciones Públicas, Departamento de Impresiones y Publicidad, Dirección Escolar y Admisiones estén constantemente enterados de las actividades de Promoción para que precisamente no haya duplicidad de funciones o carencia de algunas (por ejemplo, si un profesor organiza una mesa redonda sobre algún tema, será necesario que Relaciones Públicas lo apoye con micrófono, rotafolio, video, cañón, lugar, etc, mientras Promoción difunde el evento internamente y si es posible usando la prensa también con apoyo en impresiones y publicidad); hemos buscado que en el Día ITAM los jóvenes que llegan se sientan identificados con el ITAM y para eso solicité al Departamento de Mantenimiento apoyo, mis colaboradores y yo diseñamos logotipo, participamos en la implementación de la comida a través de Relaciones Públicas y procuramos el diálogo con los Departamentos para que las clases formales no interfiriesen con el evento.

Quizá lo más importante que se ha implementado en Promoción es la política de puerta abierta que ha permitido a profesores y estudiantes solicitar información y eso ha convertido el Departamento en un filtro que permite que muchas instituciones que antes no tenían presencia ahora la tengan en el Instituto, y que empresarios y profesionales ahora cursen Maestrías y Diplomados que hace tres años padecían una falta de población enorme. Para terminar con este punto he propuesto a la Dirección Escolar que la preparación para el examen de admisión se haga bien y desde las preparatorias haciendo llegar a éstas formatos del mismo, mejorando así la calidad de los estudiantes que puedan llegar al Instituto y desalentando la deserción o los cambio de carrera.

Veo necesario un cuerpo de orientadores vocacionales expertos; uno o dos profesionales que apoyen a los muchachos con sus problemas emocionales, pues la carga de trabajo que demanda el ITAM de los estudiantes es indiscutiblemente fuerte; he implementado en diálogo con la Dirección Escolar un agresivo programa de difusión y propaganda del Instituto en escuelas de enseñanza media superior no solo foráneas a nivel nacional sino que podamos llegar a Centro y Sud América. Esto se ha ido concretando en forma tal que la paquetería, el fax, la mensajería serán utilizados para enviar solicitudes de inscripción o aplicación del ITAM a centros educativos del extranjero.

Estamos implementando como última actividad importante un proceso de actualización del directorio de profesores para difundir internamente entre ellos el conocimiento de sus áreas de investigación, cátedras y cursos. Esto es impostergable porque sin un directorio actualizado de las clases, áreas de interés e investigaciones que hacen los maestros difícilmente podrán éstos reunirse y trabajar en equipo interdisciplinariamente.

Considero que la promoción a través de los periódicos o medios de comunicación requiere de formatos más atractivos para anunciar fechas de exámenes de admisión y licenciaturas que ofrece el ITAM (al fondo de la página 20 de algún periódico habrá algún recuadro convocando a aplicar al ITAM; en esta materia necesitamos multiplicar las vías publicitarias no sacrificando costos porque de eso depende también evitar una confianza gratuita a excesiva en la idea de que el ITAM por sí solo vende).

Considero que hace falta ( y estamos trabajando en ello) un video actualizado y mucho más dinámico sobre las instalaciones y profesores del ITAM para que

sea proyectado en las escuelas preparatorias, empresas y agencias gubernamentales dando así a conocer de una manera mucho más flexible lo que somos de cara a la sociedad.

Uno de los problemas resueltos durante mi gestión ha sido lograr que las Ingenierías en Computación y Telemática tengan matrícula porque son de reciente creación, sobre todo la última. Muchas veces se crea la idea asociativa de la mancuerna institución-especialidad y entonces se piensa que el ITAM es el lugar de las Finanzas y Economía y que el Tecnológico de Monterrey es la casa de los ingenieros, nada más lejano de la realidad porque el ITAM cuenta con uno de los mejores Departamentos de Cómputo del país, y quizá lo que los diferencia de otras ingenierías es que acá se ahonda mucho más en los aspectos científico técnicos de manejo de conocimientos y no tanto en la manipulación de aparatos sofisticados que están identificados con la formación de técnicos. Pronto va a ser necesario fomentar la enseñanza por computadora para que los estudiantes que lo deseen puedan proyectar una cátedra pre grabada en sus ordenadores personales, o bien establecer nexos con otras instituciones para que profesores del ITAM, en intercambio académico acudan a impartir clases que cientos de estudiantes están recibiendo simultáneamente vía satélite ( la Telenática en el ITAM contemplará eso a corto plazo y Promoción lo difundirá).

Para cerrar estas líneas me gustaría decir simplemente que los problemas resueltos son apenas parte de un proceso largo y por cumplir. Por eso en el siguiente punto valoraré críticamente la actividad pues como dije antes, y reiterándolo ahora falta mucho por hacer para decir con optimismo que las cosas están resueltas aunque si satisfactoriamente planteadas, implementadas y con conciencia plena de los retos por resolver. Entre ellos está eliminar la idea que se tiene de que el ITAM es una institución elitista identificada con el régimen político vigente: éste es un lugar donde diferentes ideologías se expresan de acuerdo a nuestra libertad de cátedra, y es también un lugar donde los estudiantes que demuestran su capacidad intelectual reciben el apoyo de beca necesaria al efecto de satisfacer su ideal de alcanzar una formación de calidad.

## *XII Valoración crítica*

Resumiendo la actividad que se ha realizado, y de la que doy noticia en las páginas anteriores quisiera dividir mi juicio en tres niveles:

1. El valor pedagógico.
2. El valor que tiene la actividad dentro de la Institución en la que laboro.
3. El valor que ha significado para mi desarrollo profesional.

### **1. Valor pedagógico**

Pedagógicamente hablando podemos analizar la actividad de Promoción como aquella que inicia un proceso de información que culmina en la elección vocacional del individuo. Además, las actividades de Promoción permiten inducir la atracción de estudiantes, su orientación para efectos de ingreso y desempeño en el ITAM. Considero que de acuerdo a lo informado, las metas propuestas se han cumplido en un 80%, pues si bien es cierto que hemos logrado que la población estudiantil se incremente notablemente y de modo muy especial en las Ingenierías, también es verdad que no hemos podido alcanzar niveles de promoción y difusión en toda la República, Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá, de la manera que lo hubiéramos deseado. Por esa razón considero que muchas de las cosas que intentamos hacer se conquistaron:

- a) Que se identifique la Coordinación de Promoción como uno de los departamentos pilares de la Institución.
- b) Que los estudiantes egresados de bachillerato acudan a la Coordinación confiando que en ella encontrarán apoyo y asesoría en lo que se refiere a sus intereses de estudio profesional.
- c) Que las Maestrías y Diplomados comiencen a promoverse de una manera igualmente activa y no restringiendo así la promoción a las actividades de Licenciatura (alcanzando grupos empresariales, profesionistas y egresados de universidades que desean continuar su formación profesional).

## ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

d) Hemos logrado encaminar la promoción con un fuerte sesgo de orientación vocacional y profesional reconociendo que falta mucho por hacer en este rubro.

e) Hemos consolidado una de las actividades principales en el ámbito de la promoción que es el Día ITAM, el cual ha dejado de ser un simple pretexto para que los jóvenes se reúnan a dialogar sobre el Instituto al que pretenden ingresar (cosa de suyo valiosa) para convertirlo en un día de diálogo, integración social y participación comprometida de profesores y directivos de la Institución con la finalidad de orientar sobre los planes de estudio que aquí se imparten.

Pedagógicamente hablando pareciera que la actividad de promover el Instituto es únicamente publicitaria o en el mejor de los casos está referida, como si fuera una empresa a la adquisición de insumos o materia prima y la manufactura de profesionistas bien seleccionados. En realidad nuestra labor trasciende los fines de mereado que en efecto acompañan la promoción porque nosotros pretendemos asesorar al estudiantado para evitar en lo posible la deserción, la frustración personal en la vocación y, sobre todo, utilizar criterios fundamentalmente éticos y académicos para la selección de estudiantes más allá de los estrictamente promocionales. Quizá lo que yo podría proponer es una redefinición del concepto de promoción significando implicación, atracción orientada y supervisada, compromiso ético-académico y apoyo emocional en lo que atañe al proceso de captación de estudiantado; es decir, promover se entenderá como toda aquella actividad encaminada a la atracción de personas orientadas y supervisadas de acuerdo a sus intereses y con fines educativos estrictos. Va más allá de que un puñado de jóvenes sepan de la existencia del ITAM y sus licenciaturas y programas. Implica recibirlos, orientarlos, apoyar a sus inquietudes encaminando la selección de carrera para potenciar el éxito profesional en la medida de lo posible.

La valoración crítica jamás podrá ser optimista porque si pecara de eso perdería objetividad, y no sería entonces útil a la Institución donde laboro. Por eso me propongo mencionar los problemas y factores perturbantes que han impedido un mejor despliegue promocional y problemas tanto en los métodos como en los procedimientos empleados pero también ocasionados por la estructura misma de la curricula oculta del Instituto.

Algunos de los problemas y factores perturbadores en relación a métodos y procedimientos empleados por la Coordinación de Promoción dentro del período 91-94 son:

1. La falta de estrategias más convincentes para propiciar que los estudiantes del ITAM se comprometan en las labores de promoción apoyando el área que yo coordino. Esto quiere decir que si bien es verdad que muchos estudiantes van a provincia por ejemplo, promoviendo el ITAM, y otros nos ayudan en la promoción al interior de la escuela, todavía falta que muchos (quizá toda la comunidad) se sientan involucrados en las tareas de promoción. Si cada estudiante fuera un promotor dedicado a la tarea de atraer a los mejores estudiantes de preparatoria que él conozca, no solamente estaríamos desahogando trabajo sino que la cantidad cualitativamente significativa de estudiantes por seleccionar se incrementaría, y eso ya abatiría deserción, malos resultados en exámenes de clasificación y admisión y malos desempeños académicos. Para que esto suceda, lograr que los estudiantes se involucren más apoyando la Coordinación de Promoción; para que ocurra que la comunidad TAM coadyuve al efecto de una dinámica promocional activa necesitamos más pláticas con el estudiantado y folletos o documentos que difundan a la misma comunidad las tareas de Promoción. Reconozco que el procedimiento de difusión interna de las actividades de promoción no ha sido muy eficiente pero sería erróneo suponer que esta misma difusión ha fallado al exterior.

2. Un factor de perturbación de la promoción se refiere a la falta de personal porque apenas hasta el último año hemos logrado integrar una población o equipo de catorce personas en la Coordinación de Promoción. Es de suponerse que todo lo que se hizo antes de este año fue eficiente pero costó mucho trabajo y logró un 20% menos tal vez de lo que ahora estamos haciendo.

3. En cuanto a la currícula oculta, muchas veces las políticas de Dirección Escolar, de las autoridades y la estructura matricial del Instituto hace difícil que se atiendan los casos que llegan a Promoción, y otras veces uno tiene que atender estudiantes recomendados que probablemente no tienen las credenciales de otros. Es claro que esto perturba sobre todo cuando entre Departamentos o Divisiones no hay mucha comunicación, y ahí la Coordinación a mi cargo se ve impotente.

También la separación del plantel de Río Hondo y Santa Teresa complica los procesos de información, difusión, propaganda de los eventos que ocurren en

uno u otro lugar; es necesario promover un mayor diálogo entre departamentos, planteles, autoridades y comunidad para que ese factor de perturbación desaparezca.

### *XIII Conclusiones*

De todo lo anterior se desprenden algunas consideraciones finales que operan en calidad de conclusiones resumiendo por una parte lo que hemos dicho en páginas anteriores, y por otra parte, planteando las alternativas o soluciones a problemas todavía no superados. En ese sentido, un trabajo como el presente no permite elaborar o establecer conclusiones definitivas porque precisamente la dinámica de la actividad de Promoción es muy cambiante y lo que ahora se concluya posiblemente no sea válido dentro de un año o seis meses; pero sí podemos establecer algunas consideraciones generales acerca de lo que es la promoción, de lo que pienso que se ha logrado y lo que falta por hacer. Y esto, repito, en calidad de conclusiones.

*1. Conclusiones en torno al significado de la promoción.* Queda establecido como un hecho que promover es informar y orientar: informar sobre planes de estudio y programas académicos e institucionales buscando atraer población estudiantil de enseñanza media superior a superior, y de enseñanza superior y vida profesional a posgrado y extensión universitaria. Además, decidimos que promover es orientar porque la población estudiantil atraída no solo requiere que se le diga cuál es el significado de los estudios que pretende realizar sino que valore la actividad académica, la dificultad de los estudios que se pretenden realizar y la cantidad de trabajo que implica precisamente su desarrollo.

Por eso pienso que se puede concluir que la promoción se aparta de un simple recurso publicitario y de mercadotecnia para convertirse en un recurso pedagógico que no solamente beneficia a la Institución a través del alumnado que conquista sino porque ofrece calidad estudiantil a un Instituto donde los niveles de exigencia y enseñanza son elevados.

*2. Se concluye también que la promoción es una tarea constante y que involucra varios elementos:*

Diseño y envío de información. Desde los formatos de folletos y papelería - pasando por artículos como tazas, gomas, etc., hasta el envío por paquetes de los folletos utilizando todo tipo de correo. Aquí también podemos incluir la comunicación telefónica para concretar citas de atención personal a los estudiantes que solicitan ingreso al ITAM.

*3. Organización e implementación de la orientación profesional de los estudiantes. Queda concretado también el aprovechamiento de lo que se hace de los recursos humanos en la institución para los fines de orientar a los estudiantes que demandan ingreso; en la línea de pláticas impartidas por estudiantes de semestres avanzados, en la línea de profesores y directores de carrera informando sobre sus programas, y en la línea de orientadores vocacionales que deben coadyuvar de modo que los estudiantes ya cursando carrera no deserten o cambien de carrera con facilidad.*

*4. Es un hecho que la promoción también implica la necesidad de difundir la imagen del Instituto en el extranjero para que los estudiantes mejor calificados de Centro y Sudamérica tengan la oportunidad de estudiar en el mismo.*

*5. También se debe incidir en la atracción de estudiantes mexicanos de provincia toda vez que el compromiso de la Institución (y así lo declaran los estatutos) es con el país.*

*6. Pensamos que es un hecho también que la promoción es una actividad dirigida a la difusión de las propias actividades del instituto como son eventos, mesas redondas y conferencias que los mismos profesores organizan. Esto no se ve más allá del diseño y manifestación de carteles a lo largo del Instituto, pero requiere interpretar adecuadamente las tareas académicas, los temas y el público al que van dirigidos los eventos de tal suerte que lo que se difunda sea coherente con las intenciones del académico que acude a nosotros.*

*7. Considero que la promoción no tiene éxito sin la colaboración de toda una comunidad donde cada alumno es un promotor de su misma universidad hacia dentro y hacia afuera. No es lo ideal tener estudiantes que hablan mal de la propia institución en la que estudian o que se comportan apáticamente respecto de aquellas oportunidades en las que podrían hablar bien de su institución en otros foros. Es un hecho para nosotros que la promoción debe alcanzar no solo a los estudiantes que desean ingresar al Instituto sino permanentemente a los miembros de la comunidad manteniéndolos informados de lo que se hace en el Instituto por Departamentos, Divisiones y en lo que atañe a las actividades deportivas y administrativas.*

8. Considero que hay una relación estricta entre promover y admitir porque cuando se hace una buena labor de promoción la solicitud de admisión se incrementa, y todo el proceso que se debe seguir paso a paso, metodológicamente orientado para procesar la admisión de tal manera que los mejores estudiantes presenten y acrediten su examen haciendo un buen papel es, y no me canso en repetirlo, un reto. Es necesaria una Coordinación de Promoción y Admisiones que supervise que las actividades promocionales repercutan en la atracción de estudiantes que pasando el examen de admisión no solo logren ingresar al Instituto sino desempeñen un papel decoroso dentro del mismo. No se puede tener un Departamento de Admisiones incapaz de entablar un diálogo con el área promocional y viceversa.

9. La relación entre las actividades académicas y las promocionales se refiere a que el trabajo académico de los profesores del ITAM se ve favorecido por la selección y admisión de buenos estudiantes; por eso, y después de tres años de arduas labores, podemos concluir con certeza que las evaluaciones departamentales por materia y profesor se han incrementado. Así por ejemplo en el área de Ideas ( que es una materia humanística que recorre el panorama filosófico desde los presocráticos hasta nuestros días; y que los alumnos suelen no soportar con facilidad) las evaluaciones son notablemente superiores hoy a las de hace dos años. Esto lo he confirmado al hablar con el Coordinador del área quien me dijo que Ideas 3 era evaluada globalmente con un puntaje de 3.90 hace tres años y ahora recibe una evaluación de 4.53, (en un rango de cero a 5) y esto se debe a que hemos cuidado mucho que los estudiantes que acceden al Instituto tengan un perfil académico asociado al interés general; es decir nos interesan alumnos a los que les importa saber de todo y no ser únicamente técnicos en un área de estudio, y eso es lo que promovemos.

10. Considero haber logrado un diálogo sano y equilibrado con el Departamento de Admisiones donde se estructuran las actividades conducentes a los exámenes de admisión, procedimientos de inscripción y distribución de nuevos estudiantes; no puede haber promoción al margen de la admisión y viceversa porque todo lo que promovemos es el punto inicial que culmina en la admisión de estudiantes. ¿no es acaso paradójico que un estudiante bien seleccionado, que ya pasó por todos los procesos y etapas de promoción y orientación, repruebe el examen de admisión?, ¿no es absurdo que un estudiante recién ingresado al Instituto deserte o cambie de carrera al segundo semestre de su experiencia académica curricular?, ¿no es acaso

*cierto que una adecuada información institucional resulta condición necesaria y suficiente para un magnífico examen de admisión?. Las preguntas anteriores deberían contestarse con un sí rotundo porque yo he podido cerciorarme de que en la Institución la interdependencia departamental favorece el proceso educativo de acuerdo al siguiente encadenamiento: 1o. se hace una buena labor de promoción, 2o. se orienta al estudiante tanto en lo que refiere a la carrera que escoge cuanto a las expectativas que derivan de ella para su futuro, 3o. se escoge a aquellos estudiantes que obtienen los más altos puntajes en los exámenes de admisión y, finalmente, se hace un seguimiento de su desempeño curricular en el tiempo, consultando con los departamentos . Esta secuencia de etapas exige inevitablemente que los departamentos estén comunicados entre sí y por lo mismo la Coordinación de Promoción y Admisión debe ser una actividad conjunta, una actividad que alguien supervise .*

#### *XIV Propuestas*

El conjunto de propuestas que aparecen en este Informe se desprenden de todo el discurso anterior y, por tanto, habría que releerlo por completo para determinar su sentido. Cada propuesta es en sí misma una conclusión en el sentido de que después de tres años de trabajo en Promoción lo que se propone es casi incuestionable, alude a tareas que harían de la promoción una actividades de reclutamiento más eficaz.

Las propuestas son también asociadas a la admisión porque todo reclutamiento de calidad afecta por supuesto el proceso de aceptación de estudiantes en la etapa terminal ( una falla en el reclutamiento se puede convertir en una falla en los exámenes de admisión, o en el hecho de matricular estudiantes con criterios pobres que no toman en cuenta en las entrevistas los puntos de vista promocionales; es decir, no puede ser que un estudiante debidamente reclutado sea rechazado del ITAM sin más por alguna falla en su examen de admisión, o porque la entrevista que se le hace en admisiones no persuade al entrevistador que lo aparte de la institución. Por eso propongo:

a) Que las actividades de reclutamiento sean realizadas por un equipo integrado de personas que trabajan en el área profesionalmente. Tiene que haber profesionales, jóvenes estudiantes haciendo Servicio Social , Jefes Departamentales, Directores de Carrera, Directores de Programa, que orienten la actividad misma de reclutamiento. Propongo pues que al reclutar se esté orientando, y de hecho que el reclutamiento sea consecuencia de la orientación.

b) Forma parte también de mis propuestas que los Departamentos de Promoción y Admisión integren una sola entidad para que todo el proceso de reclutamiento no se aborte en la burocracia administrativa de las admisiones; en ese sentido hace falta un equipo también profesional de gente especializada en formular exámenes de admisión, calificarlos, recogerlos, administrando con el profesorado su aplicación; pero, sobre todo, hace falta que la admisión y matriculación de los estudiantes se realice de acuerdo a la información institucional que el área de Promoción efectúa. Propongo que una vez que los estudiantes han hecho su examen de admisión se revise caso por caso y via entrevistas la situación del alumno. Una persona de Promoción, una de Admisiones, la Dirección Escolar y la Coordinación General deben realizar las entrevistas para que las políticas que determinan quién se queda y quién sale

del ITAM después del reclutamiento y admisión no sean unilaterales sino consensuadas, producto de un acuerdo dialogado entre directivos .

c) Propongo que los espacios de trabajo sean los adecuados para el mejor desempeño de las actividades de Promoción y Admisión porque hoy por hoy el hacinamiento durante las inscripciones y exámenes es ingente. También es indispensable disponer de un mejor equipo de cómputo, aparato secretarial y personal porque de otra manera el trabajo se hace muy lento y eso obstaculiza procesos que podrían ser más personalizados (muchas veces no podemos atender personalmente a un muchacho porque hay todo un aparato atrás de instancias, etapas o bien carencias de equipo que nos impiden hacerlo).

d) No puede haber una Universidad en la que no haya un cuerpo profesional de orientadores educativos. Desafortunadamente en el ITAM carecemos de ese equipo y por lo tanto muchos de los estudiantes que llegan no son entrevistados con criterios pedagógicos ni psicológicos. Por eso pensamos que Pedagogos, Filósofos, Psicólogos, deberían apoyar nuestras labores de orientación y así la promoción volverse cualitativamente superior.

e) La Coordinación de Promoción y Admisiones debe entablar un diálogo permanente con los departamentos académicos para saber cuál es el perfil del estudiante que se quiere para el ITAM, cuáles son los niveles de exigencia que se esperan del estudiantado, qué criterios han de operar para que un estudiante sea aceptado o rechazado de la institución; y desde luego debe estar directamente conectada la Coordinación a la Dirección Escolar y a la Rectoría porque una política de reclutamiento que haga caso omiso de las decisiones del gobierno de la Rectoría o un rectorado que no contemple las políticas de reclutamiento se convertirían en un diálogo de sordos que sería la razón por la cual las más de las veces atraemos a los mejores estudiantes pero con una baja eficiencia terminal.

He procurado en éstas páginas presentar una idea de lo que hago, valorar críticamente mis logros y problemas proponiendo soluciones pero pienso que nada de esto se logra (ni la actividad, ni la objetividad crítica, ni la propositividad inteligente) si no se cuenta con la voluntad interdisciplinaria en el ámbito laboral. En mi calidad de Coordinadora de Promoción y recientemente de Admisiones habré de establecer nexos firmes con los departamentos del ITAM. De modo que éstos entiendan que el ITAM no se vende por sí solo. Necesitamos atraer gente pero ante todo a aquellos que

tienen gran capacidad y habilidades para desarrollarse en el área que les interesa.

Mis tres años de experiencia laboral me permiten ahora afrontar la Coordinación de Promoción y Admisiones con mayor certeza pero también con una actitud más crítica y consciente de los problemas y por eso creo que la actividad pedagógica no se reduce al aula y al proceso enseñanza-aprendizaje, sino que comienza cuando se ingresa a la educación formal y nunca acaba en el curso de la vida.

## *Referencias Bibliográficas*

Catálogo General ITAM, México, D.F., 1994

Reporte de Actividades, Coordinación de Promoción ITAM, México, D.F., 1992-1993

Reporte de Actividades, Coordinación de Promoción ITAM, México, D.F., 1993-1994