

54
2el.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN

EVALUACION DE LAS ACTIVIDADES OPERATIVAS
DEL AREA DE FORMACION Y PRACTICA
PROFESIONAL A PARTIR DE LA RELACION
ESTUDIANTE, EMPRESA Y UNIVERSIDAD.



T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
**LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA**
P R E S E N T A :
GABRIELA SOSA GARCIA

ASESOR: LIC. ENRIQUE CUAUHEMOC ARELLANO AGUILAR



ACATLAN, EDO. DE MEXICO

1997



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

*... Un todo al borde de la nada
fogata que será ceniza
el amor es una palabra
un pedacito de utopía,
es todo eso y mucho más
y mucho menos,
es una isla, una borrasca,
un lago quieto, un campo minado,
cáliz y musgo, cruz y sésamo,
el amor es
un sueño abierto...*

M. Benedetti

AL AMOR...

secreto indescifrable,
navegante de un mar de sensibilidades,
inexacto, impredecible y azaroso,
cuatro fonemas tantas veces pronunciados
y desgastados, pero conjugados en una sola voz
configuran una palabra,
que sólo los poetas pueden entintar con sentidos indefinidos,
y sólo los trovadores le dan alas para volar más allá del cielo,
duende travieso que cruza el alma con disparos de ilusiones,
eclipse que alevosamente cubre al sol, a la luna
y descubre a las estrellas,
pasos que tras ellos sólo dejan huellas y polvo,
polvo de imágenes que mágicamente aparecen lo invisible
polvo que delinea cuerpos...
nubes informes que inventan la nada
sueño de poseía,
chispa transitoria que construye y destruye fantasías,
instantes de vida que como versos al revés persiguen,
intentan, se equivocan, buscan incesantemente descifrar...

AL AMOR.

Habrà tiempos cuando los crímenes
parecen casi imperdonables,
me rindo al pecado porque tu tienes que hacer esta vida tolerable,
pero cuando creas que haya tenido lo suficiente
del mar del amor, tomaré más que un río,
yo haré que todo te salga bien,
haré que tu corazón sonría.
d.m.

Yo no sé,
si el mal tiempo trae mala fe,
pero a mi lo que me embruja es volar
y hechizarme en tus sortilegios,
soy brillante en tu colegio
subo nota en el amor, vuelo allí,
como al sol un colibri...
girasol, alheli
la mariposa besó al colibri
S. Rodríguez

No sé qué sentido tiene la vida
ni que coincidencia separa el bien del mal
no sé si este cuerpo que me encierra
nace de algo más que un mineral.

L.E. Aute

Como una gota fui de la marea
la playa me hizo grano de la arena
fui punto en multitud por donde fui
nadie me detectó y así aprendí,
cuando creí colmada la tarea
volví mi corazón a Casiopea...
S. Rodríguez

Reivindico el espejismo
de intentar ser uno mismo
ese viaje hacia la nada
que consiste en la certeza
de encontrar en tu mirada
la belleza...

L. E. Aute

Fragmentos tomados prestados de canciones de:
Silvio Rodríguez y Luis Eduardo Aute

Pocas veces o casi nunca las palabras son suficientes para expresar los sentimientos y pensamientos dedicados a todos aquellos con los que se comparte la cotidianidad, maestros, amigos y compañeros de uno o varios viajes, quienes con pasos firmes me enseñaron, fortalecieron y compartieron aquellos caminos tan fáciles y difíciles de trazar, comprender y andar.

GRACIAS a todos aquellos que me han permitido ser y hacer a su lado, por sus espacios y tiempos, por compartir lo ganado y lo perdido, los sueños, proyectos, ilusiones y desilusiones...quienes siempre han tenido oídos para escuchar, voz para apoyar, miradas para fortalecer y sobre todo...corazón para compartir...

Por ustedes y para ustedes este coloso esfuerzo sea un tributo al amor y al deseo de no perder la esencia que ha configurado todo un universo, nuestro universo, mi universo interno y externo, porque cada uno a hecho de mí una parte fundamental en mi historia...otra vez eternamente... **GRACIAS**

LOS QUIERO MUCHO

GABY

Así a cada uno un pequeño homenaje a su ser...

A MI MAMI:

Por que en cada segundo, con amor y paciencia me enseñó a construir el mundo, desde distinguir sus colores hasta las complejidades del ser, porque desde niña estuvo ahí para no dejarme caer, por haberme dado con su vida la formación necesaria que ahora me hacen ser lo que soy y cuanto soy.

A LOS GRANDES PROFESORES, AMIGOS Y COMPAÑEROS:

A DANY:

por ser columna indispensable en esta historia, cimiento vital en mi existencia académica y personal, por ese gran impulso que ha sido para mí tu amistad, por compartir instantes, espacios y tiempos comunes y aunque a veces sólo quedan recuerdos y distancias, siempre que exista memoria, habrá un pedazo en mi mente y mi corazón dedicado a ti.

A DIEGO:

por tu eterna complicidad, por escuchar, por tus palabras siempre certeras, que hicieron en mí el eco necesario para seguir adelante, por una amistad incomparable y necesaria en mi vida.

A ALEX:

por compartir conocimientos, trabajo, espacios y tiempos, porque tus enseñanzas como profesor y "jefe" están grabadas en mi memoria como un ejemplo a seguir.

MAESTRA MARY GÓMEZ:

millones de GRACIAS por todo el apoyo brindado, sobre todo en los momentos más difíciles... si su ayuda este sueño, no hubiera alcanzado forma, por ser un ejemplo a seguir.

A ANITA:

en mi memoria siempre estará la imagen de mi primera profesora, del primer semestre, de la primera clase, de mi primer día de universidad; por compartir, conocimientos, espacios, tiempos y sueños, por la amistad.

A otros más profesores, amigos y compañeros navegantes en este barco llamado "Acatlán" que en algún instante, sin darse cuenta quizá, pusieron su granito de arena en esta historia: Fer Aragón, Jaimito, Gris, Miguel Angel Maciel, prof. Torres Lima, Mario, Lulú, Edith, en especial a los FOCYPOS Laura y Enrique por los asientos compartidos en viajes, sueños y proyectos, por su excelente compañía y amistad.

A MIS MEJORES COMPAÑERAS Y AMIGAS DE UN CAMINO
LLAMADO UNIVERSIDAD:

MARCE:

porque los hipersonrientes y los hipofelices, que caminaron a nuestro paso, no
borrarán una amistad más que valiosa.

ARELY:

porque tu apoyo y amistad incondicional, ha sido clave indispensable en esta
historia y en mil ocho mil sueños, ilusiones y proyectos.

A LA AMISTAD INCONDICIONAL DE:

Lulú Mendoza, Claudia, Gutiérrez, Claudia Rodríguez,
cimiento del camino compartido, por estar todavía ahí.

En especial a **MANOLITO** por la amistad y por toda tu ayuda y apoyo
fundamental, esta historia no sería igual sin tu valiosa y brillante colaboración,
te gané... no se te olvide hay una apuesta que cumplir.

A MIS AMIGOS DE TODA LA VIDA (CASI TODA):

cómplices eternos de cada instante compartido, por su comprensión e impulso
fundamental en aquellos momentos en su presencia fue y es fundamental para
no dejarme caer, por su amistad necesaria en mi historia.

ALMA:

por esa amistad incondicional, por estar siempre dispuesta a escuchar, apoyar y
compartir locuras, alegrías, tristezas, sueños y proyectos, por ser pilar para no
me dejarme caer.

SERGIO:

gracias por la confianza, por una amistad única y a pesar de las ausencias y las
distancias saber hacerme ver que en mis manos está el color del día, por ser
como eres, nunca cambies, por estar siempre ahí.

GRACIAS A:

JOSE LUIS:

en todo trabajo siempre hay dificultades técnicas, sin tu ciber-ayuda, este sueño no hubiera tenido forma.

A todos aquellos que brindaron tiempo e información, en encuestas y grupos de enfoque para lograr este trabajo.

A ALGUIEN QUE CONSTRUYÓ CONMIGO ESTE SUEÑO de palabras incontables y hojas numerables, alguien que apoyo, se preocupó, vivió, sostuvo, impulsó, dirigió y a veces soportó, capítulo tras capítulo esta especie de prueba de resistencia o carrera con obstáculos hasta la meta; no sólo en este trabajo, sino en mi desarrollo académico y personal.

BUNNY por cada uno de los instantes dedicados y compartidos... quizá el número de coincidencias en el mismo espacio y tiempo hicieron que recorriéramos uno o varios caminos en diversos sentidos... puede ser que haya o no, más caminos para compartir sueños, construir ilusiones, inventar Cronopios, descubrir Escarabajos, escuchar poesía y descifrar melodías; para contemplar nubes, islas, mares y desiertos, fugacidades únicas e irrepetibles que por sí mismas alimentan el alma, pero compartidos *enriquecen* el corazón... sólo la distancia y el tiempo lo determinarán...

GRACIAS

Un instante es un tiempo auténtico, único,
pues no se repite jamás.

Un instante cae como una gota de agua,
moja nuestra vida y desaparece...

anónimo

INDICE

INTRODUCCION.....	1
1.- LA NECESIDAD DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN	1
1.1. Conformación del campo de la comunicación	6
1.1.1. El campo profesional de la comunicación	7
1.1.2. Ubicación y desarrollo histórico - contextual del campo académico de la comunicación	10
1.1.2.1. El surgimiento de las primeras escuelas	13
1.1.2.2. La propuesta de CIESPAL	15
1.1.2.3. El boom de los estudios de comunicación	21
1.1.2.4. El boom y sus consecuencias	26
1.1.2.5. La década de los noventa.....	28
1.2. Indefinición del campo de trabajo del profesional de la comunicación	31
1.3. La falta de vinculación entre la academia y la realidad laboral	40
2. CONCEPTOS Y ENFOQUES DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN	50
2.1. La práctica profesional y su vinculación con la educación	50
2.2. Definiciones de Práctica Profesional.....	64
- Facultades de la UAEM	65
- CONEICC	67
- ACATLAN - PERIODISMO	68

2.3. La práctica profesional en la ENEP Acatlán	69
2.3.1. Antecedentes	69
2.3.2. Práctica Profesional en Periodismo y Comunicación Colectiva	70
2.4. Organización del área de Formación y Práctica Profesional	72
2.4.1. Objetivo de Formación y Práctica Profesional	72
2.4.2. Estructura y Funcionamiento de Práctica Profesional	73
2.4.2.1. Características del área de Formación y Práctica Profesional	74
2.4.2.2. Actividades que desarrolla	75
2.4.3. Reglamento	77
2.4.3.1. Condiciones de ingreso, responsabilidades, restricciones y sanciones para los alumno	77
2.4.3.2. Condiciones de ingreso , responsabilidades, restricciones para las instituciones participantes	79
2.4.3.3. Responsabilidades y restricciones de la escuela	81
3.- PERFIL ACTUAL DE LOS ACTORES QUE PARTICIPAN EN EL AREA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL	83
3.1. Perfil del estudiante de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva	83
3.1.1. Generalidades del estudiante de comunicación	83
3.1.2. Características de los alumnos de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva (Planes de estudio)	87
3.1.3. Estadísticas de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Colectiva: preespecialidad, semestre, turno y materias reprobadas	100
3.1.4. Alumnos que participan en Práctica Profesional	106

3.2. Perfil de las instituciones sociales y comunicativas donde se realiza Práctica Profesional	110
3.2.1. Instituciones Sociales	113
3.2.2. Instituciones Comunicativas	123
4.- EVALUACION DE LAS ACTIVIDADES OPERATIVAS DEL AREA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL	147
4.1. Evaluación de los alumnos	147
4.1.1 Metodología	148
4.1.1.1. Selección de la técnica - Grupos de enfoque	151
4.1.1.2. Elaboración de la guía de tópicos	151
4.1.2. Resultados	160
4.2. Evaluación de las instituciones	193
4.2.1. Metodología	195
4.2.1.1 Selección de la técnica - Encuesta	195
4.2.1.2. Diseño del instrumento	197
4.2.2. Resultados	206
4.3. Reflexión de resultados generales	237
CONCLUSIONES.....	250
BIBLIOGRAFIA.....	258

INTRODUCCIÓN

Trazar una guía para leer un trabajo, es como descubrir los hilos conductores de lo que en un principio fue una madeja de ideas, que no sólo son ideas, sino piezas clave de un rompecabezas que surgió como parte fundamental de una meta a alcanzar.

Una introducción puede ser la pauta que dirija una lectura, pero todo está sujeto a las percepciones de cuantas miradas recorran las palabras de cada línea.

Leer un trabajo de titulación a simple vista, es uno más de los muchos o pocos que se realizan para obtener el título, en nuestro caso de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, pero tras éste, hay un universo de historias, encuentros y desencuentros, entusiasmo y apatía, un sin fin de fragmentos de vida; empezar, realizar y terminar un trabajo de titulación no es ninguna tarea fácil, representa un reto.

Al ingresar a una carrera como la nuestra pocos lo hacemos estando conscientes de que es una de las más solicitadas en nuestro país. La licenciatura en comunicación se ofrece en diferentes universidades y con una variedad múltiple de nombres, lo que parece hacerla válida para ejercerse como profesión en cualquier espacio social. Es común que al pensar en su campo laboral, la primera representación que existe es la de los medios masivos, muchos de nosotros al ingresar a la carrera, entramos pensando que al egresar seremos empleados en televisión, radio o prensa y a pesar de que estos campos desde el punto de vista laboral, son decadentes por que se encuentran saturados, se siguen configurando como áreas típicas de la comunicación.

En todo proceso social la comunicación es necesaria y fundamental para su desarrollo, sin embargo la idea de los medios masivos como el campo por excelencia de esta disciplina es un mito, por esta razón, prensa, radio y televisión se presentan como objetos de estudio de un gran número de investigaciones; sin embargo la investigación en comunicación se puede abordar desde diferentes perspectivas, ámbitos y enfoques, inter y multidisciplinarios; el tema del presente trabajo aborda la práctica profesional de la comunicación, a partir de una evaluación del área de FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán, dicha área se encarga de vincular a los alumnos de esta licenciatura con el campo laboral, con el fin de que lleven a la práctica los conocimientos que adquieren en el aula, complementando así su formación académica.

Inicialmente práctica profesional funcionaba solamente en los períodos intersemestrales, y daba servicio a los alumnos que terminaban del sexto semestre en adelante, compañeros de mi generación realizaron prácticas y fue así como conocí dicha área. Posteriormente ingresé y fui asignada a la Asociación Mexicana de Promoción y Cultura Social A.C., en donde desarrollé actividades de comunicación interna, entre las que estuvieron una propuesta editorial, específicamente un cambio de imagen de su revista "Signo de los Tiempos"; además de la producción de un video institucional, tanto audio como imagen.

Entonces la coordinación de dicha área estaba a cargo de las profesoras Diana Alvarez y Flor Rubio, pero a mediados de 1993 fue asignada a los profesores Daniel Mendoza y Fernando Aragón, quienes decidieron ampliar el área y hacerla permanente. Las prácticas profesionales durarían tres meses.

Práctica Profesional estaba en crecimiento y requería de apoyos materiales y humanos, una vía para obtener los últimos, era el

servicio social, a la invitación de Fernando Aragón, decidí realizar el servicio en esta área, mis actividades consistían en la atención a los alumnos que requerían información sobre práctica profesional, apoyo en la difusión y canalización de alumnos a empresas, elaboración de cartas de presentación; todas ellas bajo la supervisión de los coordinadores, también parte de mi trabajo fue la creación y producción de un mecanismo para difundir práctica profesional, un boletín informativo semanal: el “Zoom In”.

Estas actividades me permitieron conocer otras áreas y aspectos del ejercicio profesional de la comunicación, ya que el vínculo con empresas e instituciones, no se limitaba sólo a los medios masivos; también se tenían contacto con dependencias gubernamentales, secretarías de estado, empresas privadas, asociaciones civiles, etc., práctica profesional desempeñaba sus funciones cotidiana y empíricamente pero de forma específica y sin problemas, pero ¿qué utilidad tenía este trabajo?, ¿de qué les servía tanto a los estudiantes como a las empresas o instituciones?; fue así como surgió el tema de esta investigación; en ese momento Fernando Aragón realizaba como trabajo de titulación, un “Manual administrativo para el programa piloto Formación y Práctica Profesional”, en él fundamentaba la importancia de desarrollar esta área que se encontraba en crecimiento, y la necesidad de llevar a cabo una investigación constante, un seguimiento de los resultados generados por las actividades del área de Práctica Profesional con el fin de conocer sus beneficios, necesidades y carencias.

Posteriormente tuve la oportunidad de ingresar a trabajar formalmente a dicha área con 10 horas prácticas, la actividad diaria me permitió encauzar la investigación hacia una evaluación de sus actividades a nivel operativo, es decir, en sus partes fundamentales la canalización de alumnos a empresas, retomando estos elementos como partes primordiales de la investigación.

Formar parte del equipo que coordina dicha área me permitió conocer las inquietudes, necesidades y experiencias de alumnos de la carrera, a partir de ello se amplió mi visión sobre las expectativas del campo laboral, pero también conocí la percepción de los alumnos. El mito de los medios masivos como única oferta del mercado de trabajo sigue latente, ya que de acuerdo a la demanda de los estudiantes, es evidente que su meta es ingresar como primera alternativa a la radio y la televisión, aún cuando en éstos haya menores posibilidades de empleo, pocos son los que buscan una opción en otros campos emergentes donde la comunicación tiene mucho que hacer y ofrecer, campos que se encuentran constantemente luchando por su legitimación y consolidación, pero todavía son una minoría los que están conscientes de ello.

Por otra parte, es una realidad que uno de los problemas que aquejan a toda carrera universitaria es la ausencia de la práctica; hace falta establecer un vínculo entre la escuela y el campo laboral, pues a pesar de que la actividad académica cuente con una sólida formación teórica, es necesaria llevarla a la práctica, bajo esta lógica y con el fin de atender esta necesidad funciona el área de FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, cuya tarea consiste en enlazar al estudiante con el mercado de trabajo ya sea en instituciones públicas o privadas donde puedan realizar actividades propias de la comunicación.

El área de FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL se creó en 1991, desde entonces no se han analizado sus resultados, beneficios y/o carencias, por esta razón es necesario investigar y evaluar su desarrollo, conocer las necesidades cubiertas y las que aún faltan, a partir de las experiencias y expectativas de los estudiantes de nuestra carrera, así como de las empresas e instituciones que forman o han formado parte de práctica profesional.

De esta forma el objetivo de esta investigación consiste en evaluar las actividades operativas del área de FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL entendiendo a éstas como su labor fundamental, es decir el vínculo que establece entre los alumnos y las instituciones, por esta razón dejamos de lado otro tipo de acciones, como es el caso de la difusión, que es una tarea interna de dicha área.

Así, se determinaron dos niveles como ejes de este estudio; los alumnos y las empresas o instituciones, con el fin de precisar las exigencias académicas desde el estudiante y desde el campo laboral; con esta información PRÁCTICA PROFESIONAL conocerá las necesidades cubiertas y las que faltan por cubrir para mejorar y reforzar su funcionamiento.

Por otro lado, también contribuye a precisar los contenidos pertinentes para la formación del estudiante de comunicación, con el fin de que a lo largo de su carrera, éste obtenga los instrumentos teóricos y prácticos, para desempeñar un trabajo óptimo y satisfactorio, a la vez que su instrucción contemple no sólo el aspecto teórico, sino también el profesional y el laboral.

Este trabajo permite conocer los beneficios que proporcionan las actividades operativas del área de Formación y Práctica Profesional, tanto a los alumnos e instituciones que participan en él, para determinar así, las necesidades a cubrir, con el fin de reforzar y complementar el funcionamiento de dicha área.

A lo largo de esta investigación se contemplaron tres niveles: teórico, metodológico y técnico.

En torno al nivel teórico se carece de una teoría formal que defina el concepto de práctica profesional, sin embargo se consideraron diferentes acepciones del término, de otras universidades e instituciones comunicativas así como el de la ENEP Acatlán.

Si el objetivo general consiste en evaluar las actividades operativas de Formación y Práctica Profesional, a nivel metodológico, se decidió tomar como ejes de estudio a los alumnos y empresas o instituciones que participan en dicha área, ya que ellos son los actores involucrados y quienes conocen su funcionamiento, de tal forma que pueden proporcionar información sobre los aciertos o errores de práctica profesional desde sus propias perspectivas.

En el nivel técnico se planearon, diseñaron, organizaron y aplicaron cada una de las técnicas, de acuerdo a los objetivos particulares de cada caso y tomando en cuenta los requerimientos de cada una de ellas. Se utilizaron dos tipos de técnicas: grupos de enfoque para alumnos y encuesta para instituciones.

El presente trabajo se compone de 4 capítulos:

En la primera parte se aborda el contexto de la carrera de comunicación, ya que para hablar de la práctica profesional se requiere de un marco de referencia, su historia es determinante, delimita y configura el estado actual de nuestra carrera, por ello aunque no es el objetivo del trabajo, el primer capítulo se dedica a un panorama del surgimiento y desarrollo de los campos académico y laboral de la comunicación, en donde se plantea su desarrollo histórico, así como las causas y consecuencias de la indefinición del campo profesional de la comunicación.

Para hablar del concepto de práctica profesional también se requiere de una base, por ello el capítulo dos, se dedica a las diferentes acepciones, las cuales son un tanto informales ya que no existe teoría que lo aborde, lo estudie o lo describa. Por otro lado una vez fundamentado el concepto y la importancia de la práctica profesional, se describe el surgimiento, desarrollo, así como la organización, estructura, funcionamiento y actividades del área de

Formación y Práctica Profesional de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán.

El tercer capítulo consiste en una descripción de los actores que participan en Práctica Profesional, alumnos e instituciones, que como ya se mencionó son el eje de estudio de la presente investigación. Para poder hablar del perfil de los estudiantes, primeramente se plantea un panorama de las características del estudiante de comunicación en general, para después describir las características particulares de los alumnos de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán, y específicamente de los que han participado dentro del Práctica Profesional. En cuanto a las instituciones se plantea una clasificación en dos sentidos: las instituciones sociales, que las definimos como aquellas en donde la comunicación forma parte de sus actividades, pero no es la fundamental ni fueron creadas para ello, como en el caso de las instituciones comunicativas, en donde hablamos principalmente de los medios masivos: prensa, radio, televisión y video.

Finalmente en el capítulo cuarto se lleva a cabo la evaluación a partir de las perspectivas de ambas parte, los alumnos e instituciones; en esta última parte, la investigación se desarrolló bajo los procedimientos metodológicos y técnicos necesarios, de acuerdo a las necesidades y características de cada uno de los sujetos de estudio, por ello se aplicaron dos tipos de técnicas una cuantitativa la encuesta para instituciones, y otra cualitativa grupos de enfoque para los alumnos.

Como ya se mencionó la evaluación se aplicó a los actores que intervienen en el área de Formación y Práctica Profesional, sin embargo no se contempla a los responsables de dicha área (Daniel Mendoza, responsable de coordinar práctica profesional, ni a Alejandro Byrd jefe de la carrera y creador de ella); no se omiten, más bien la investigación se lleva a cabo desde una perspectiva institucional, ya que el formar parte del equipo responsable de esta área, me permite adoptar dicha postura y evaluar como la parte mediadora y también responsable de la información y resultados.

1.- LA NECESIDAD DE LA PRACTICA PROFESIONAL EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

La formación académica universitaria se compone principalmente por 3 niveles básicos: teórico, metodológico y técnico. Por un lado el universitario recibe una enseñanza que le permite desarrollarse en un campo de acción específico, es decir, dentro de un mercado de trabajo; por otra parte esta formación también le proporciona elementos humanísticos y culturales, para desenvolverse dentro de la sociedad.

Con base en esta educación, se pretende que el hombre forme y transforme su realidad, su mundo; sin embargo este proceso educativo no se puede limitar únicamente a la instrucción académica, ya que la enseñanza - aprendizaje es constante, es una participación activa dentro de un proceso de apropiación de conocimiento, desde la vida cotidiana, de la realidad misma.

Es por ello que la universidad no debe cerrarse a su entorno, ya que si su función es formar individuos aptos para desenvolverse en la sociedad de manera útil, cómo logrará su objetivo si no toma en cuenta y propicia una interrelación con la sociedad. Bajo esta lógica, el campo educativo universitario debe contemplar una práctica a partir de dos perspectivas: la educativa y la social. (Orozco, 1989; p.25)

El objetivo de una práctica es lograr la aplicación real y concreta de los conocimientos que recibe una persona en actividades específicas que realiza dentro de la sociedad . Según Orozco “el fin de una práctica educativa consiste en preparar a una persona o grupo para que realice una tarea física o intelectual de forma precisa dentro de la sociedad. Así mismo señala que la práctica social es la acción concreta realizada sistemáticamente por un individuo o colectivo más o menos con el mismo fin y articulada en forma distinta”. (Orozco, 1989;p, 27)

De acuerdo a estos conceptos, podemos decir que la práctica educativa forma parte de la responsabilidad de la universidad ya que su función consiste en otorgar al estudiante todas las herramientas teóricas, metodológicas y técnicas que requiere para su ejercicio profesional, sin embargo existen límites que por su misma naturaleza no puede rebasar, por ejemplo la representación real del campo laboral. Desde su propia perspectiva, la escuela sólo puede proporcionar un punto de vista académico interno a través de prácticas escolares, sin embargo esto no es suficiente, aún cuando los talleres y equipos experimentales reduzcan el distanciamiento de la realidad, existe una desvinculación entre la universidad y la sociedad.

Por esta razón, la universidad no puede satisfacer ambos aspectos a la par, por el lado que le corresponde, el académico, sí lo cumple; pero en el profesional, su función consiste en propiciar el contacto e interrelación con el mercado de trabajo. El campo de la comunicación, no es la excepción y la falta de vinculación entre la universidad y la sociedad es latente.

La formación académica no puede ser totalizante ya que por su índole, no puede otorgar todo el conocimiento teórico y práctico, existen saberes y habilidades que sólo se obtienen en la práctica, en el ejercicio profesional diario, cotidiano, por ello el conocimiento teórico no es el único que se requiere en la realidad laboral.

Por otro lado, la sociedad demanda de la academia satisfacer necesidades que son vigentes en la realidad laboral, sin embargo es difícil que el campo académico las atienda, debido a que mientras en el ámbito laboral las necesidades son variadas y emergentes, la misma transformación social propicia un cambio acelerado, vertiginoso y constante; por ejemplo, en la medida en que aparecen nuevas tecnologías, las necesidades son distintas.

Si tomamos en cuenta que la tecnología avanza a pasos agigantados, es muy difícil que un plan de estudios que contempla por lo menos cuatro años de formación universitaria, esté cambiando constantemente, al ritmo que cambia la sociedad.

Al igual que en este ámbito en muchos otros, se requiere de profesionales especializados con un campo de acción concreto y específico, lo que le permita actuar y operar sobre la realidad de forma eficiente y adecuada tan pronto como se le necesite.

Un plan de estudios universitario tiene la tarea de responder a las necesidades que demanda la sociedad, sin embargo aunque esté actualizado y cuente con materias prácticas e incluso talleres para practicar lo aprendido, éstos tan sólo son una simulación del mercado de trabajo. Por ejemplo existen universidades que cuentan con talleres, unos más y otros menos sofisticados, pero no son suficientes para comprender la dinámica del campo laboral, la habilidad técnica necesaria sólo se adquiere viviéndola; por otro lado hay universidades que por falta de recursos no cuentan con talleres o son muy precarios, por lo que aumenta la necesidad de poner en práctica lo aprendido de forma real y concreta.

En el caso del plan de estudios de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán, sólo las materias de géneros periodísticos y las de radio y televisión, cuentan con talleres para poner en práctica la teoría que se aprende en el aula. En relación al número de materias que conforman dicho plan de estudios, son pocas, esto no quiere decir que todas las asignaturas deban contemplar la clase teórica y el taller, ya que ninguna escuela tendrían capacidad suficiente para satisfacerlas, más bien esto refleja que es reducido el contacto con el campo laboral, muchas veces el único acercamiento con el mercado de trabajo, es cuando por encargo de algún profesor se realizan trabajos cuya investigación requiere de información de la realidad profesional, o bien se da, por referencia de algunos maestros o compañeros que trabajan en el medio.

De acuerdo a lo anterior es necesario llevar a la par de la formación académica una práctica profesional, es decir, aplicar el conocimiento teórico a la realidad, lo cual concretará y complementará el conocimiento áulico, proporcionando al estudiante un desarrollo académico - profesional integral.

La combinación de la formación universitaria con la experiencia laboral, es decir la práctica profesional en el mercado de trabajo mientras se estudia, contribuye en el desarrollo académico-profesional del estudiante de la siguiente manera:

- 1) La puesta en práctica de lo aprendido en las aulas, concretiza los conocimientos
- 2) La vinculación de la teoría con la práctica, complementa el proceso de enseñanza - aprendizaje.
- 3) Subsana la falta de práctica escolar por ausencia de recursos
- 4) Se introduce al alumno al campo laboral, dotándolo de conocimiento y habilidades requeridas para la realidad profesional
- 5) Complementa lo aprendido en talleres.
- 6) Proporciona la profesionalización o especificidad en un campo de acción concreto.

El binomio teoría-práctica se ha convertido en un factor fundamental de todo proceso educativo, ya que la práctica profesional contribuye a concluir el proceso de enseñanza-aprendizaje. Teoría y Práctica no pueden existir por separado su necesidad de complementarse es constante, de lo contrario se encuentran incompletas y desfasadas de la realidad.

La actividad académica se fundamenta en una sólida formación teórica, y el refrán que afirma “no hay mejor práctica que una buena teoría”, es contundente, la teoría es de suma importancia, pero la práctica también es necesaria y no podemos olvidarla. “La teoría permite a quien la posee encontrar formas adecuadas de intervención, utilizando criterios, antes que

técnicas, generando conocimiento y no simplemente aplicando recetas,...permite referir los hechos a conceptos y/o categorías que los expliquen, para analizar situaciones, creando modelos abstractos que permitan conocer su estructura, y así actuar en la realidad de manera efectiva" (Fuentes, 1990; p.42).

La teoría provee de la capacidad de crítica y análisis para aportar posibles soluciones a la realidad, sin embargo ésta no puede ser la única formación que reciba el estudiante de comunicación. Si el conocimiento teórico no se pone en práctica, éste se queda en un nivel abstracto que no encuentra aplicación real y concreta, por lo tanto resulta inútil y obsoleto.

Muchos planes y programas de estudio colocan en polos opuestos la teoría y la práctica, las clases teóricas y los talleres caminan por separado de tal forma que los conceptos teóricos y la habilidad práctica no se complementan, a pesar de que las asignaturas en las curriculas están vinculadas entre sí, la enseñanza es fragmentada, por lo tanto el conocimiento que recibe el estudiante también es fragmentado, lo que repercute en un desajuste entre lo aprendido y lo aplicable, en consecuencia resulta una desintegración entre los saberes: comunicativos, sociales y culturales.

"Los esquemas pedagógicos presentan un saber fragmentado que con frecuencia incluyen disciplinas estancadas que contribuyen a separar la teoría y la práctica cotidiana" (Marques de Melo, 1988; p.7)

Conforme a estas consideraciones es necesario practicar de forma real, concreta y efectiva lo que se aprende en las aulas, ya que la práctica provee al alumno del conocimiento que no se adquiere con la teoría ya que ésta funciona como medio explicativo de la realidad, como lo afirma Solís "el aprendizaje teórico es motivado y orientado por la necesidad de explicar la realidad" (Solís, 1987; p.6); la práctica profesional otorga al alumno "el saber hacer", en ella adquiere las habilidades técnicas que por la dinámica pedagógica de enseñanza-aprendizaje, sólo se limita a los relatos de

compañeros o profesores de lo que es la realidad laboral. Sin embargo, aunque parezca sencillo vincular teoría y práctica, este problema se compone por varios elementos que derivan de la conformación del campo de la comunicación, su ubicación y desarrollo histórico y la indefinición del campo de trabajo.

1.1. CONFORMACION DEL CAMPO DE LA COMUNICACION

La conformación del campo de la comunicación se puede abordar desde dos perspectivas: el ámbito profesional o laboral y el académico.

Durante su desarrollo ambas vertientes intentaban caminar a la par, sin embargo la dinámica de la primera se constituyó compleja y en algunos aspectos acelerada, por lo que la segunda se vio inhabilitada para cubrir de forma inmediata, las necesidades que demandaba el campo laboral.

El campo de la comunicación se ha configurado de forma incierta, su crecimiento acelerado generó problemas tales como la indefinición del campo de trabajo, entre otros.

Históricamente la profesión de la comunicación no surgió con las primeras escuelas de comunicación, prácticas como el periodismo ya se ejercían desde tiempos del México independiente, de esta forma el oficio comunicativo se practicaba antes de que se crearan las escuelas dedicadas a su enseñanza y se diera el estudio científico de la disciplina.

Se dice que la profesión comunicativa nació con el surgimiento de las industrias de la información, la propaganda y el entretenimiento (esto en diferentes momentos históricos). Estos campos demandaron de la comunicación especialistas para cada ámbito, que al paso del tiempo originaron la profesión como tal.

Por otro lado los acelerados cambios tecnológicos y el rápido crecimiento de los medios masivos, determinaron un "boom" en los estudios de comunicación, convirtiéndose en una moda, no importaba que no se precisara con exactitud su objeto de estudio, en consecuencia se hizo latente la indefinición del campo de trabajo, ya que al haber diferentes caminos en el estudio de la comunicación, también existen varias opciones en su aplicación concreta en el campo de trabajo.

El campo académico de la comunicación, como tal, se da cuando se encausa la profesión del comunicador, a un objeto de estudio de una disciplina, formando y retomando teorías que se imparten en instituciones educativas.

1.1.1. EL CAMPO PROFESIONAL DE LA COMUNICACION

El concepto de "comunicación" encierra muchas paradojas, desde la confusión que existe en su ubicación como "disciplina", "ciencia", "habilidad humana", o bien entre las nociones "comunicación" e "información".

Por esta razón dicho campo se ha constituido de forma incierta y confusa, sin embargo desde su aparición en el campo académico, se ha buscado hacer del profesional en comunicación un actor útil en la sociedad.

Sin embargo la comunicación aparece como un "todo" aplicable en la mayoría de los ámbitos de la sociedad, de ahí que se deriven diversas aplicaciones y por lo tanto muchos profesionales cuyo objeto de estudio es la comunicación, como son el periodista, el publicista, el publirrelacionista, etc.

Es así como existen diversas currículas de escuelas y universidades de comunicación, cada una con sus propios objetivos e intereses específicos.

En 1981 CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación) realizó un diagnóstico entre 24 escuelas de comunicación, a partir del cual identificó 3 tipos de currículas:

- 1) Los de corte marcadamente profesional o práctico - COMUNICANTE
- 2) Los que hacen énfasis en los aspectos teórico, metodológicos y de investigación - COMUNICOLÓGICO
- 3) Los que procuran equilibrar los aspectos teóricos y los prácticos - COMUNICADOR

De acuerdo a este diagnóstico, la mitad se ubicó en la primera categoría, caracterizada por el adiestramiento técnico encaminado al mercado "natural" de trabajo: los medios masivos. El resto propone la formación de estudiosos de la comunicación buscando articular teoría y práctica sin definir el tipo de profesional que forman.

Uno de los problemas más arraigados es la idea de que la comunicación sólo comprende la prensa, radio y t.v., es decir, los medios masivos que desde su aparición se presentaron como el campo auténtico y natural de los egresados de nuestra profesión.

Sin embargo, el campo de la comunicación no aparece junto con la legitimación de su campo académico, basta mencionar que el periodismo es el oficio más antiguo dentro de dicho campo, ya que se practicaba desde tiempos del México Independiente, aún cuando no estuviera conformado como ciencia, disciplina o profesión.

La práctica comunicativa no es exclusiva de los medios masivos, como erróneamente se cree; fue el desarrollo histórico de dichos medios, el que desencadenó esta idea, debido a la expansión que se dio de las industrias culturales: prensa, radio y televisión específicamente. Por ello durante los años 50 y 60, México era visto como un país insertado en el esquema de la "modernidad", y por lo tanto en vías de desarrollo.

"En el caso de la prensa, durante el período de 1960 a 1985, este campo creció considerablemente, de 197 periódicos aumentó a 348, de los cuales el 40% se concentraba en la ciudad de México; por su lado el sistema de radiodifusión fue fomentado por el Estado durante los años 20 y 30, por lo que entre 1950 y 1980 se expandió este tipo de servicios y para 1985 se calculaban alrededor de 900 estaciones de radio; esto significa que desde su origen la radio representó un negocio sumamente lucrativo. Algo similar ocurrió con la televisión con la creación de los canales que dieron pauta al consorcio Televisa, la monopolización de este sistema de difusión también se consolidó como otra opción de negocio" (Andión, 1991; p.57)

Este panorama sentó las bases para que se creyera, con cierto fundamento, que el único campo de aplicación de la comunicación era el de los medios masivos, de tal forma que éste se consolidó como una de las mejores opciones para desarrollarse profesional y económicamente.

Con la aparición y el auge de las grandes industrias informativas, las escuelas que ofrecían la carrera también crecieron y los interesados en estudiarla aumentaron, convirtiéndose en una "moda", se conformó como una de las carreras más solicitadas.

Esta idea aún predomina, por lo que actualmente tanto en México como en América Latina existe la tendencia por entender a las Ciencias de la Comunicación como el estudio de los fenómenos informativos de carácter electrónico, de tal forma que los medios masivos son el campo legitimado del ejercicio profesional de la comunicación. (Lopez Veneroni, 1991; p.18)

Aspectos como los anteriores generaron una falta de precisión en el objeto de la comunicación, la idea del "glamour" de los medios atrajo a un buen número de estudiantes y a pesar de la indefinición, dicho campo creció de forma considerable.

1.1.2. UBICACION Y DESARROLLO HISTORICO CONTEXTUAL DEL CAMPO ACADEMICO DE LA COMUNICACION.

Para hablar del campo académico de la comunicación, partimos de la noción de campo educativo, fundamentado en el concepto de "campo simbólico" de Pierre Bourdieu; en donde "campo educativo es el conjunto de prácticas interrelacionadas entre sí, con una función específica en la división del trabajo, cumpliendo con el ciclo de producción, distribución y difusión del conocimiento, lo que se traduce en planes de estudio como un conjunto de saberes y habilidades concretos para enseñar y reproducir". (Orozco, 1989; p. 27)

Con este fin, el campo académico de la comunicación se ha conformado de forma compleja, y a pesar de su sistematización no existe una unificación en los saberes y habilidades con los que se pretende formar académicamente al egresado en comunicación; según Galindo "el campo académico es una abstracción, lo que se vive a diario es el medio escolar de la comunicación, y eso está altamente institucionalizado". (Galindo, 1995; p.13)

Hoy en día existen más de cien escuelas de comunicación en el país, conformándose como universidades, colegios, tecnológicos, etc., las cuales sobreviven gracias a la inercia institucional, éstas permiten y promueven lo que su propia estructura y autoridades hacen pertinente; de ahí que cada una tenga intereses específicos desde su propia perspectiva.

Sin embargo el campo académico no sólo es una institución; según Fuentes Navarro entendemos por "campo académico el conjunto de instituciones en las que se estudia la comunicación a nivel superior, incluyendo en éste la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, este concepto se centra en las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos (sujetos individuales o colectivos) con el fin de impulsar

proyectos sociales específicos, como son estructuras de conocimiento y pautas de intervención sobre la comunicación social en nuestro país, pero el campo académico no sólo se refiere a las prácticas sociales de la comunicación (masivas o no), ni a las instituciones que se han especializado en su ejercicio y en su control social, sino a aquellas que toman a éstas como su referente, es decir las actividades que son realizadas principalmente por académicos (universitarios), con el propósito de generar conocimiento, explicar e intervenir en la formación de las prácticas de la comunicación." (Fuentes, 1995; p.70).

De esta forma encontramos diversos planes y programas de estudio de nuestra carrera con diferentes objetivos e intereses, lo mismo que existen lugares que la ofrecen ya sean públicos, privados, universidades, escuelas técnicas, en ciudades grandes o pequeñas, etc.

Ciencias de la comunicación, Ciencias de la Información, Periodismo y Comunicación Colectiva, Comunicación Social, Publicidad, Relaciones Públicas, Propaganda, Comunicación Organizacional, entre muchas otras denominaciones, muestran la gran variedad de vertientes que adoptan las carreras en donde la comunicación es su objeto de estudio, esto refleja que sus campos de aplicación son muchos por lo que los planes y programas de estudios de las diferentes instituciones educativas que imparten esta carrera son "ambiguos", ya que no existe unificación de criterios, además de ser multifacéticos.

"En México, casi todas las instituciones tienen libertad, legal o de facto, para establecer su currículum, por lo que no es sorprendente que, desde el nombre mismo de la carrera se encuentren más de 25 versiones distintas del título de licenciatura otorgado a ellas" (Fuentes, 1995; p.110.)

De acuerdo a estas consideraciones, el campo académico de la comunicación se caracteriza por una desarticulación múltiple, cuyas consecuencias pueden resumirse en tres cuestiones: la investigación, la confrontación teoría-práctica, y por último la legitimación académica de la

comunicación como disciplina autónoma, lo que la aísla en las ciencias sociales institucional y operacionalmente (Fuentes, 1995; p.66)

Para ubicar y entender el desarrollo de la comunicación en el campo académico como disciplina, ciencia, o teoría es necesario hacer una reflexión del momento histórico en el que se desarrolló.

El ritmo vertiginoso de nuestra época, las exigencias del entorno, los cambios de la sociedad (en todos los ámbitos social, económico, político, cultural, etc.) así como el surgimiento de las nuevas tecnologías, configuró realidades diferentes y cambiantes por lo que los cuadros profesionales y el desarrollo de nuestra carrera constantemente es variable.

Así el desarrollo de la comunicación como profesión universitaria se determina por tres factores fundamentales:

- 1) El Contexto histórico
- 2) Las necesidades sociales, políticas y económicas
- 3) El desarrollo de innovaciones tecnológicas que son adaptadas por los medios masivos de información o por el campo laboral de la comunicación.

Como ya se mencionó, el ejercicio de la comunicación no aparece junto con la legitimación en el campo académico, digamos que la infraestructura surgió natural y espontáneamente, de acuerdo a las necesidades sociales, políticas y económicas del contexto.

En esta carrera entre la práctica profesional y la teoría, el mismo contexto exigió actores profesionales y especializados que tuvieran un conocimiento real, metodológico y técnico de aspectos específicos de la comunicación como campo u objeto académico, es así como surgen las primeras escuelas de comunicación cuyo objetivo es legitimarla como disciplina en el campo de las ciencias sociales.

1.1.2.1. EL SURGIMIENTO DE LAS PRIMERAS ESCUELAS

Las primeras escuelas de periodismo a nivel universitario aparecen en Estados Unidos en la primera década del siglo XX, (Andión, 1990; p.20) mientras que en América Latina aparecen hasta los años 30, simultáneamente en Argentina y Brasil, (Andión, 1990; p.55) países en donde el proceso de industrialización y urbanización adquiere mayor intensidad, es ahí en donde se dan las primeras experiencias educativas sobre comunicación.

En la década de los 30 se crean los primeros programas de capacitación para periodistas, y en Buenos Aires a partir de 1934 se formula un proyecto universitario inspirado en el modelo norteamericano.

Para la década siguiente estas experiencias se reprodujeron en países como Cuba, México, Ecuador, Venezuela y Colombia en donde se difunden cursos de periodismo diseñados de acuerdo al modelo norteamericano; el objetivo de estos proyectos es promover su profesionalización, sin embargo éstos se ven influenciados por la naturaleza del ambiente universitario; el área de humanidades les quita el carácter de experimental, convirtiéndolos en centros de preparación de intelectuales distanciados de la realidad.

Por su parte México tuvo que esperar hasta la década de los 40 para ver aparecer la primera escuela de periodismo con la fundación de la escuela Carlos Septién García en 1949, posteriormente en 1951 aparece la primera licenciatura en periodismo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, y para 1954 la Universidad Veracruzana crea una Escuela Superior con características similares (Andión, 1991; p.55);

En México, el periodismo se incorporó formalmente a la institución y al discurso académico a fines de los 50 (López Veneroni; 1991; p. 17).

A principios de esta década existían 13 escuelas de comunicación en América Latina, distribuidas en Argentina, Brasil, México, Perú y Venezuela; dicha cifra se ha ido multiplicando considerablemente cada década, lo que implica una duplicación del número de instituciones". (Marqués de Melo, 1988 p.4)

En los años cincuenta el objeto académico de la comunicación se enfocó a la perspectiva periodística, debido a que el acelerado desarrollo tecnológico motivó en la sociedad una necesidad informativa urgente de satisfacer. Para estos años en América Latina eran frecuentes las escuelas de periodismo; además de que en esta década, predominó la influencia de la hegemonía europea.

Para la década de los 60, con la aparición de la primera facultad de comunicación en América Latina, su campo educativo se constituye más sólido, sin embargo esto no significa que también se consolide el campo de las prácticas profesionales, ni mucho menos define la existencia de los comunicadores. Esto sólo muestra la objetivación de ciertos saberes y conocimientos que ya existían y que fueron traducidos a un plan de estudios específicos".(Orozco, 1989; p.27)

En los 60's surge en México la primera licenciatura en comunicación, entonces era definitiva la idea de que el "mercado natural" de los egresados de nuestra carrera se ubicaba en los medios masivos; esto se debía a la rápida propagación de los medios electrónicos, no sólo en nuestro país, sino en toda América Latina. Durante esta década, las escuelas de periodismo que habían surgido en los cuarenta, se transforman en escuelas de comunicación; por otro lado el contexto social también influyó en el campo académico, a consecuencia del movimiento de 1968 las universidades incorporaron una reflexión crítica sobre la sociedad y los medios masivos.

Como caso concreto está el de las universidades privadas como la Iberoamericana y la Anáhuac, en donde se enfocaron al estudio de la función de los medios en las sociedad, así como el papel de los intelectuales y los profesionales en ellos.

1.1.2.2. LA PROPUESTA DE CIESPAL

Durante la década de los 60 predominó la influencia de la hegemonía norteamericana, ya que a fines de los años 50 surgió el CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, órgano creado en Quito Ecuador, bajo los auspicios de la UNESCO, la OEA y algunas fundaciones internacionales, como la Ford y la Friederich Ebert, con el fin de difundir en América Latina un "Plan tipo" de escuela de ciencias de la información colectiva, con la intención de subsanar la brecha existente entre las escuelas tradicionales de periodismo y las necesidades teóricas y prácticas, derivadas de la emergencia de los medios electrónicos de comunicación"(Andión, 1991; p.55)

La propuesta de CIESPAL parecería ser la respuesta a las necesidades tanto laborales como académicas, en su "plan tipo de Escuela de Ciencias de la Información Colectiva" surgido en 1964, proponía la concepción del COMUNICADOR POLIVALENTE, definiéndolo como el profesional apto para desempeñar cualquier actividad dentro de la industria cultural.(Marques de Melo, 1988; p.5).

De esta forma dicho profesional tendría una formación integral que le permitiría contar con los saberes prácticos del trabajo requerido en los medios, además de los conocimientos teóricos y metodológicos, fundamentados en las corrientes positivistas del proceso de comunicación que predominaban en esa época, y que se concretaban y hacían presentes dentro de las currículas en asignaturas como sociología, psicología, entre otras.

CIESPAL tiene un papel decisivo en la latinoamericanización también llamada Ciespalización de la enseñanza de la comunicación; ya que a partir de la difusión de dicha propuesta por medio de profesores capacitados en cursos internacionales realizados en Quito, el plan del "COMUNICADOR POLIVALENTE", se adoptó en diversas universidades latinoamericanas, en las cuales se incluyó un ciclo básico orientado a diferentes actividades profesionales, con ello el campo de acción del egresado sería múltiple y diverso.

El CIESPAL tiene 2 fases:

- 1) Funciona como una agencia que difunde los modelos norteamericanos de enseñanza e investigación de comunicación en Latinoamérica, con el fin de crear profesionales polivalentes, en lugar de técnicos, quienes por su formación tendrían dominio en diferentes campos de acción;
- 2) Por otro lado procura hacer una adaptación de esos modelos al propio continente, sin embargo ésta fue equivocada ya que se intentó transplantar el modelo norteamericano a la realidad latinoamericana, sin considerar sus características y diferencias. (Marques de Melo, 1991; p.51).

Cuando la UNESCO promueve la creación de CIESPAL, el diagnóstico sobre la enseñanza de comunicación y periodismo en América Latina, mostraba un fracaso de las universidades en relación a las estrategias de uso de los medios y los programas de desenvolvimiento en las diferentes regiones, es decir existía una desvinculación entre la realidad laboral y la academia.

Este problema generado a partir de los 60 y que se refleja hasta hoy, ocasionó que en América Latina, pero particularmente en México se agudizara la confusión de la actividad académica, lo que desde entonces implicó una imprecisión del objeto de estudio.

Para contrarrestar el problema de la falta de vinculación entre la realidad laboral y la academia, se generó una de las principales aportaciones de CIESPAL, la propuesta del "reciclaje pedagógico", donde propone que los profesores ejerzan su profesión para que a partir de su experiencia real y concreta impartan sus cátedras a las nuevas generaciones, así la formación académica integraría a profesionales especializados y prácticos, además de interdisciplinarios.

Otra de las principales aportaciones de CIESPAL, consistió en el impulso que dio al proceso de profesionalización de la comunicación como práctica social, desde su creación en 1960 la comunicación empieza a legitimarse como una práctica profesional.

El modelo CIESPAL influyó y determinó a las escuelas de comunicación surgidas entre los 60 y 70 en este sentido las aportaciones más influyentes en las curriculas de comunicación son:

- 1) Otorgar a las escuelas nivel universitario
- 2) Programa académico de mínimo 4 años
- 3) Incluir en los programas cursos humanísticos y técnico-profesionales
- 4) Concebir a las escuelas como facultades
- 5) Escuelas de Ciencias de la Información

A partir de esta acción político-ideológica se establecen las bases para la legitimación de una práctica profesional, desde entonces se empieza a hablar de los comunicólogos y sus distintas acepciones técnico-profesionales.

Una muestra de la influencia de CIESPAL en México fue la conformación de Universidad Iberoamericana en 1960, en donde la formación académica se fundamentaba en los saberes de las ciencias humanas y las técnicas de los medios de comunicación.

Esta universidad abre en México la primera licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información (CTI), en la que se pretendía, según su principal fundador José Sánchez Villaseñor, formar un hombre capaz de pensar por sí mismo, enraizado en su época, y que gracias al dominio de las técnicas de difusión, pone su saber y su mensaje al servicio de los más altos valores de la comunidad humana.(Andión, 1991; p.56)
Dicha carrera se inscribe en el modelo CIESPALINO, ganando así prestigio internacional, ya que se colocó a la vanguardia dentro del campo profesional de la comunicación.

El caso de la UIA sirvió de pauta a otras universidades privadas que en la misma década de los 60 comienzan a ofrecer la carrera de Ciencias de la Comunicación, como son: en 1962, la Universidad del Valle de Atemajac-UNIVA y entre 1967 y 1969 se abren dos carreras una en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente - ITESO y la otra en la Universidad Autónoma de Guadalajara - UAG, entre 1965 y 1971 en Nuevo León aparecen cuatro carreras más repartidas entre la Universidad de Monterrey - UDEM y en el Tecnológico de Monterrey - ITESM. (Andión, 1991; p.56)

Aunque CIESPAL contribuye decisivamente a la conformación del campo académico y profesional de la comunicación también interviene en el oscurecimiento del sentido social de la profesión, ya que con la propuesta de su modelo conceptualmente ambiguo, cada escuela le otorga su propio significado, lo que genera un debate en torno a la definición del campo profesional de la comunicación, no existe un espacio social específico, ni aplicación concreta. De aquí surge uno de los principales mitos que ha condicionado el desarrollo de esta práctica profesional: se consolidó la creencia de que su mercado natural de trabajo son los medios masivos.

CIESPAL ejerce un papel multiplicador en el continente latinoamericano, ya que difunde los conceptos comunicativos, teorías e instrumentos de acción, que encontraron aplicación y respaldo en empresas, asociaciones y escuelas de periodismo.

Desde esta perspectiva, la principal innovación o aportación, sin duda es el uso de la investigación científica, como recurso indispensable en la planeación de estrategias de comunicación que avalan sus resultados, así, contribuyó a la promoción de las diferentes teorías de investigadores como: Kayser, Leaute, Rovigati, Schramm, Nixon, Danielson, Rogers, entre otros, por lo que en esta década se impulsa la teoría funcionalista y con ello se fortalece la investigación y el método.(Marques de Melo, 1991; p.53)

Desde los 60 la consolidación de la hegemonía norteamericana es notoria, además de la proliferación y crecimiento de los medios masivos de comunicación, se crearon nuevos mercados y tecnologías para abastecerlos. Para satisfacer esta nueva demanda de profesionales de comunicación, surgieron escuelas y universidades latinoamericanas que inicialmente se enfocaban al periodismo, sin duda el campo profesional predominante de esos años, pero después se extienden a otros sectores como la publicidad, relaciones públicas, la radio, etc.

Para la década de los 70 se espera que con el plan piloto de CIESPAL, se unifiquen las estructuras pedagógicas en el área de comunicación de las universidades latinoamericanas, con el fin de ampliar el universo educacional de las instituciones y neutralizar la hegemonía periodística, habilitando especialistas en otras áreas como son: la comunicación persuasiva en donde se contempla a la publicidad, propaganda y relaciones públicas; en los medios electrónicos: cine, radio y televisión e institucionales; así como en la comunicación empresarial, rural, comunitaria, etc.(Marques de Melo, 1992; p.92)

La mayoría de las escuelas latinoamericanas que surgieron en esta época adoptaron el modelo de comunicación de masas de CIESPAL, sin embargo no fue aplicado bajo su enfoque original y en realidad lo estaban distorsionando; ya que mientras el modelo original otorgaba autonomía a los nuevos campos como la publicidad, radio, t.v., relaciones públicas, etc., conviviendo con la práctica profesional tradicional del Periodismo, en América Latina se estaba desarrollando una carrera unificada denominada COMUNICACION POLIVALENTE, en donde persistía el enfoque periodístico, pero se creaban disciplinas referentes a otras áreas profesionales. Esto representó una incompreensión de las tendencias dominantes en las sociedades modernas influidas por la fuerte especialización profesional, exigiendo capacitación adecuada para insertarse en un mercado de trabajo cada vez más competitivo. Esto generó una descompensación entre las universidades y las profesiones.

La adopción del plan-piloto de CIESPAL representó una falta de compromiso por parte de las universidades, ya que en lugar de formar sujeto aptos y eficaces para actuar legítimamente en el campo de la comunicación, sobre todo en aquellos lugares en donde la industria de la comunicación había asumido un carácter multifacético, exigiendo profesionales especializados, como resultado de la errónea adopción de este plan fue la creación de profesionales como "todólogos" cuyo campo de acción parecía cualquiera.

El error de CIESPAL fue idealizar el modelo de escuela y creer que era apropiado para todo tipo de sociedades, por ejemplo las comunidades pequeñas, como son las rurales, se requiere de un profesional capacitado para ejercer ciertas tareas comunicativas.

Al promover su implementación de forma indiscriminada en todo el continente, significó un retroceso que contribuyó a distanciar todavía más la universidad de la sociedad, ya que formaba profesionales incapacitados para desempeñar funciones especializadas, las escuelas de comunicación

ampliaban el mercado de desempleados, mientras que las empresas justificaban y reforzaban sus críticas sobre las instituciones educativas que desde su punto de vista, poco contribuían a mejorar el ejercicio profesional de la comunicación vigente.

Para la década de los 70 el conflicto entre comunicólogos y comunicadores (teóricos y prácticos) se agudizó dentro de las escuelas de comunicación, este problema originado desde la creación de CIESPAL, generó competencia entre ambos, incluso estudiantes que ya se encontraban en el campo laboral prefirieron formarse en él y abandonar las universidades, . Sin embargo el proyecto de CIESPAL encontró un ambiente favorable durante los 70, ya que se cumplió el intento por unificar las estructuras pedagógicas en varios países latinoamericanos al ser influidas por el modelo ciespalino.

1.1.2.3. EL BOOM DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACION

Los años 70 significaron el "BOOM" de los estudios de comunicación por la difusión y propagación que tuvieron. A nivel cuantitativo se abrieron un gran número de escuelas, pero además según Martín Barbero la repercusión de estos estudios a nivel social, cobraron importancia en dos niveles fundamentales:

- 1) La información se ubicó en un lugar estratégico, se configuró dentro del nuevo orden mundial como herramienta fundamental para el desarrollo social, se configuró como un elemento esencial para la investigación y comprensión de la sociedad.
- 2) Por otro lado se difundió la idea de que la comunicación, ni social ni conceptualmente se agota en el periodismo. (Martín Barbero, 1989; p. 25).

En los dos o tres primeros años de los 70 se produjo un viraje radical, la moda de los estudios de comunicación se enfocó al método dialéctico, a la

semiótica europea y al anhelo de historiar sobre el presente para tratar de influir en él, en un principio, esto se orientó a un mejor conocimiento del propio contexto; sin embargo se comenzó a descalificar a la práctica; la excesividad de conceptos teóricos de comunicación redujo el desarrollo de las capacidades expresivas. "De la exigencia de aplicar la teoría a la realidad se pasó vertiginosamente a teorizar sobre la teoría". La teoría dejó fuera los problemas reales de la comunicación: "Los términos se sofisticaron, pecaban quienes no lanzaban al aire alguna palabra rebuscada", las ciudades eran cubiertas por una nublazón de palabras." (Prieto, 1989; p. 32)

Como reflejo de este viraje se desencadenó una "actitud teorícista", ya que mientras lo ideal es que a partir de la teoría se permita hacer una lectura crítica de la sociedad para su mejor comprensión, con el fin de diagnosticar problemas y encontrar soluciones fundamentándolas sólidamente en la teoría, este "teoricismo" obstaculizó y opacó su objetivo primordial.

Por esta razón, generalmente las dos terceras partes de las currículas de escuelas de comunicación eran dominadas por un cuerpo teórico, no existían las mediaciones entre las teorías y sus particularidades, es decir, no había relación con problemas sociales concretos. Uno de los ámbitos sociales más afectados por esta situación, fue el de la expresión; las prácticas periodísticas se redujeron a uno o dos cursos.

La dinámica teorícista condujo a la siguiente creencia: si alguien comprende la realidad está capacitado para cambiarla.

El teoricismo propició dos errores:

- 1) La creencia de que una teoría macro-social servía directamente para actuar;
- 2) El menosprecio por el que-hacer periodístico de la práctica comunicacional: el oficio del periodista.

Según Jesús Martín Barbero "la teoría no es suficiente para entender la complejidad de los fenómenos es necesario ampliar el campo de los objetos". Mientras que Daniel Prieto Castillo dice que el "teoricismo es una forma absolutamente inútil para enfrentar los problemas prácticos de la elaboración de mensajes, prescinden de la capacidad para resolver situaciones de comunicación" (Fuentes, sin A.E.; p.30).

Como consecuencia de este teoricismo, los egresados de la carrera eran incapaces de diagnosticar y evaluar una situación concreta, ni de planificar en comunicación, no sabían como diseñar programas, organizar y distribuir recursos, como comunicadores carecían de los más elementales medios de expresión, no estaban capacitados para expresarse ni oral ni verbalmente.

Hubo escuelas que durante la década de los setenta se proponían formar comunicólogos (estudiosos de la comunicación) y no comunicadores; sin embargo no lograban formar ni a unos ni a otros. Afortunadamente el teoricismo de los 70 no abarcó a todos los países ni a todas las instituciones educativas.

En 1978 se incorporó en los planes y programas de estudio una visión gramsciana de la sociedad sobre todo del Estado y sus formas superestructurales, en el que se encontraban inmersos los medios de comunicación. Esta visión se enfocó a un sentido más político de los contenidos, insertaba a los medios masivos de comunicación en el proceso de la lucha por la hegemonía y el poder, se orientó al estudio de las clases subalternas y sus formas de comunicación, como por ejemplo se difundió la investigación participativa y popular, sin embargo esta perspectiva originada a partir de una corriente sociológica de la comunicación, se enfocaba a aspectos propiamente semióticos; por lo tanto faltaba claridad en la especificidad de la práctica profesional de los comunicólogos y de los procesos de comunicación. (De la Peza, 1990; p.23)

En el caso de México a partir de 1974 la profesión del comunicador fue innovadora, ya que los egresados de las primeras escuelas de comunicación optaron por abrirse espacios alternativos para ejercer profesionalmente, ya que entonces su campo sólo se ubicaban en los medios masivos.

Durante la década de los 70 las universidades públicas se incorporaron a la expansión de escuelas de comunicación, para 1974 se instituyeron las licenciaturas en comunicación en la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), en la Universidad de Sinaloa (UAS), y en la Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco en 1973, la creación de esta universidad se enmarcó en las condiciones políticas generadas por el movimiento estudiantil de 1968, además de que se presentó como una innovación pedagógica, ya que entre otras cosas, su organización académica establece que los profesores de carrera cumplan 3 funciones básicas: docencia, investigación y servicio. Mientras tanto en la Universidad Nacional Autónoma de México primero en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y después en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán y Aragón, se inician un proceso de actualización de su planes de estudio, orientando su carrera de periodismo hacia un modelo más acorde con la propuesta CIESPALINA.

Para 1975 el país contaba con 21 escuelas superiores de comunicación; este fenómeno continuó en crecimiento en los 13 años siguientes, para 1988 se crearon 54 nuevas carreras. Este cálculo es necesariamente aproximado, pues aunque existe una fuente oficial que es la catálogo de CONEICC de 1988, el crecimiento ha sido tan explosivo que rebasa cualquier estimación que se sustente en información obtenida de investigación. (Andión, 1991; p.56)

1978 también marca un momento decisivo en el campo académico de la comunicación, ya que en ese año surge CONEICC - Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación; éste nace con el fin de crear un organismo de representación y promoción

sectorial de las escuelas superiores de comunicación en México, es decir cumpliría el mismo objetivo de FELAFACS - Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social pero este organismo se ocuparía de la región latinoamericana. CONEICC asume una postura crítica frente a las tendencias de la cultura massmediática y las políticas de información de los países industrializados.

"Actualmente CONEICC se ocupa de promover la investigación en el campo de la comunicación, con el fin de entender la articulación entre las escuelas superiores de comunicación y la realidad del campo cultural mexicano, particularmente el espacio que ocupa la cultura massmediática, sus instituciones sociales como sus prácticas dominantes y subordinadas".(Andión, 1991; p.59)

Gracias a CONEICC se cuenta con un panorama general de los contenidos académicos, políticos e ideológicos de las escuelas e instituciones educativas así como sus alcances en el mercado laboral y los intereses que persiguen en el campo de la producción y distribución de bienes simbólicos. La mayoría de estas instituciones son de carácter privado, por lo tanto se establecen como empresas que ofrecen servicios de instrucción y capacitación técnica, orientándose al mercado natural los medios masivos.

Otra de las características de la década de los 70, fue el aumento de la presencia de la mujer en la educación superior pero sobre todo en la licenciatura de Ciencias de la Comunicación; a partir de entonces la carrera se caracterizó por su población estudiantil mayoritariamente femenina. (De Garay, 1992; p. 47)

1.2.2.4. EL BOOM Y SUS CONSECUENCIAS

El fenómeno del "BOOM" de las escuelas de comunicación no es exclusivo de México, ya que se extendió en toda Latinoamérica, según datos de FELAFACS (Federación Latinoamericana de Asociaciones y Facultades de Comunicación Social) hasta 1989 existían en América Latina un total de 226 instituciones.

En México, las escuelas de comunicación se han expandido vertiginosamente, cada año crece el número de instituciones que ofrecen licenciaturas relacionadas con la comunicación. Según el catálogo de CONEICC de 1988, señala que es difícil determinar un número exacto de éstas, pero afirma que pasan de 70 sin tomar en cuenta escuelas técnicas y de nivel medio superior.

Dicho crecimiento ha sido desproporcionado, debido a una distribución desigual en las diferentes regiones, distinguiéndose dos causas fundamentales:

- 1) La centralización de información y poder en ciertas regiones del espacio social, en este caso en la zona centro el país, y;
- 2) La transformación de la sociedad debido a la expansión de los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías que modifican la producción y distribución de mensajes. (Andión, 1989,p.42)

Para mediados de los 80 la situación es otra, según el informe McBride de la UNESCO (Fuentes, sin A.E; p.41), la confusión sobre el campo de la comunicación creció, mientras la perspectiva laboral, proponía un "nuevo" perfil del comunicador con ciertas características de los años 70, pero además lo definía con una especificidad técnica que garantizaba la figura del "periodista" en el terreno profesional.

Durante la década de los 80 proliferaron las propuestas "ciespalinas"; y el "teoricismo" de los 70 partió en retirada, ya que la práctica y la teoría

segúan separadas de las demandas sociales; entonces surgió una nueva propuesta: "Comunicación para..." ésta se generó de acuerdo a las relaciones laborales de los alumnos, si alguien se encontraba trabajando en un programa de alfabetización o de salud, entonces enfocaba su tesis a comunicación para la educación, comunicación para la salud, etc., ya que toda la sociedad requiere de apoyos comunicacionales.

Con este nuevo enfoque se revaloraron las prácticas comunicativas, es decir se encontró otras formas de aplicación en la sociedad, comenzando por desmitificar la idea de que el único campo de la comunicación es el periodismo y los medios masivos.

A partir de esta propuesta se consolidó la idea de que los medios de difusión masiva no son el único medio para satisfacer todas las demandas comunicacionales de la sociedad, por lo tanto es necesario dirigirse a espacios como la comunicación institucional, grupal, organizacional, etc. El quehacer comunicacional es muy amplio, no se limita ni agota en los medios masivos.

De acuerdo a la investigación realizada por CONEICC en 1981, como ya se mencionó, ubica tres tipos de currícula: COMUNICADOR, COMUNICOLOGO y COMUNICANTE, entre otras cosas el diagnóstico reveló que la instrucción académica se fundamentaba en principios pedagógicos teóricos-deductivos, los cuales separaban arbitrariamente teoría y práctica, la planta docente era calificada como ineficiente, ya que al contratar profesores por asignatura no existía un compromiso pedagógico, académico y profesional, la transmisión de conocimientos se daba de forma mecánica y unilateral.

Por otro lado la infraestructura de las escuelas era inadecuada ya que las instalaciones y equipo técnico eran insuficientes, la ausencia evidente de políticas de investigación entre el conocimiento y las actividades docentes,

limitaba en gran parte la formación profesional de los alumnos de la carrera.

A raíz de esta problemática actualmente existe una profunda desarticulación entre, la formación de profesionales de comunicación y las necesidades sociales que exige el contexto de nuestro país.

1.1.2.5. LA DÉCADA DE LOS NOVENTA

Durante la década de los 90 la expansión de las escuelas de comunicación ha sido contundente, según Fuentes Navarro, para 1990 había cerca de 244 escuelas y departamentos de comunicación en América Latina, con 5 mil profesores universitarios y cerca de cien mil estudiantes; por su parte en cuanto a México, según datos de la Asociación Nacional de Universidades de Educación Superior (ANUIES), la carrera alcanzó en 1991 el décimo lugar entre las más pobladas en el país; la carrera de Ciencias de la Comunicación se convirtió por primera vez en una de las diez carreras universitarias más demandadas, con más de 26 mil estudiantes inscritos; mientras tanto CONEICC registra para 1991 más de 27 mil estudiantes, inscritos en 70 instituciones. (Fuentes, 1994; p.111).

Actualmente según datos de ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior), CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación en Ciencias de la Comunicación), y la SEP (Secretaría de Educación Pública), en México existen 108 instituciones de estudios superiores sobre comunicación, repartidos en 144 escuelas o campus, de los cuales 142 imparten licenciatura y 19 posgrados, impartidos en 14 escuelas con 17 programas diferentes, 8 instituciones imparten especialidad con 12 diferentes tipos de programas, mientras que sólo una institución, la Universidad Latinoamericana (ULA) imparte doctorado, con 2 diferentes programas.

De las 144 escuelas o campus 115 son privadas y 29 públicas.
De las 108 instituciones 86 son privadas y 22 públicas.

	Escuelas o campus que imparten la carrera de comunicación	Instituciones de estudios superiores que imparten comunicación
Públicas	22	29
Privadas	86	115
Total	108	144

Por otro lado en cuestión de números, las estadísticas sobre el nivel de estudios que ofrecen y sus planes y programas de estudio quedan de la siguiente manera:

	Número	Escuelas	Tipos de programa
Licenciaturas	142		
Posgrados	19	14	17
Especialidad		8	12
Doctorado		1	2
Total		23	31

La proliferación de escuelas de comunicación sigue siendo contundente y el número sigue en aumento, sin embargo la instituciones que ofrecen estudios de posgrado, aún siguen siendo pocas, por lo que si esto una de las condiciones que confieren legitimación al campo de nuestra carrera, los datos revelan que aún es muy bajo y limitado. (Rodríguez, 1997; p56,67)

Para la década de los 90 según Marqués de Melo, los estudios de comunicación debían obtener un reconocimiento a nivel internacional, ya que se consolidaría la interacción entre el sistema productivo, las empresas de comunicación, la industria cultural; es decir, la sociedad en sí misma.

Sin embargo es aventurado diagnosticar esta situación sin construir y delinear las fronteras del campo de la comunicación, tanto en el plano científico, social, académico y pedagógico, debido a la indefinición que impera en el campo de la comunicación.

Por otro lado, es necesario reconocer el carácter de especialización que se ha hecho necesario en torno a los estudios de comunicación, en parte debido a la naturaleza interdisciplinaria que nuestra carrera posee, por esta razón es necesario que los egresados de comunicación dominen contenidos y conocimientos especializados para codificar mensajes y actuar sobre problemas concretos de la realidad.

Uno de los principales retos no sólo para los 90, sino para el futuro de la comunicación, es la valoración y fortalecimiento de la investigación con el fin de consolidar conocimientos sobre fenómenos comunicacionales. Hasta el momento la investigación es una actividad poco significativa en la escuela, de ahí la necesidad por fortalecer su acción en los posgrados, en el campo académico éste es uno de los aspectos indispensables para su legitimación; de tal forma que la investigación y los posgrados son indicadores importantes del grado de institucionalización de un campo académico, debido a que en lo social implica el abastecimiento de recursos financieros y reconocimiento socialmente oficial. (Fuentes, 1994; p.113)

Como parte de la configuración de esta década se presenta la expansión y consolidación de las nuevas tecnologías, que avallasadoramente se incorporaron al contexto social, y especialmente a los medios masivos, por lo que el carácter de especialización, específicamente técnica se hizo más que necesario ya que quien no contara con los capitales para competir técnicamente en este campo quedaba fuera de la jugada para ingresar al mercado laboral.

A partir de estas condiciones Fuentes Navarro plantea que existen "brechas comunicacionales" entre las escuelas de comunicación y las innovaciones tecnológicas, es decir, el campo laboral exige a las universidades soluciones en razón a las demandas tecnológicas, sin embargo la academia se quedó atrás sin poder responder a dichas expectativas.

Con la idea de que la comunicación se reduce a medios y éstos a tecnología, el profesional se ve en la necesidad de contar con un conocimiento técnico, con un "saber hacer" (know how), que pocas veces se obtiene en las universidades, debido a la ausencia de capacitación técnica en ocasiones por la falta de recursos; de esta forma, la tecnología implica el "saber hacer" que generalmente se obtiene sólo en la práctica, no basta incluir en los planes de estudio, asignaturas con talleres, no se trata de parchar la formación académica y profesional, si no de complementarla.

La década de los noventa con sus diversas configuraciones plantea un panorama múltiple para la comunicación, la ausencia de definición y de legitimación se consolida como reto, sin embargo la mirada hacia lo social cada vez cobra más relevancia, y la aplicación de la comunicación en otras áreas, no sólo la de los medios masivos se está fortaleciendo.

1.2. INDEFINICION DEL CAMPO DE TRABAJO DEL PROFESIONAL DE LA COMUNICACION

A partir de las características que marcaron el desarrollo del campo de la comunicación es difícil definir concretamente su objeto de estudio, un concepto específico así como sus límites, por lo tanto para todo egresado el mercado de trabajo es incierto, pues puede haber muchas aplicaciones de su que-hacer profesional.

Cuando hablamos de comunicación encontramos varias definiciones, aplicaciones y conceptos, por ejemplo según Manuel Martín Serrano

"comunicación es una clase de interacción en la cual los seres vivos intercambian información con otros seres vivos, él reconoce la aptitud para relacionarse con otro ser vivo, recurriendo a un comportamiento comunicativo" (Martín, 1991; p.14).

Desde este punto de vista la comunicación es un fenómeno natural entre seres vivos, sin embargo, cuando "la comunicación" se convierte en objeto de estudio, se desarrolla una disciplina que la estudia pero no se precisa si se trata de técnicas para transmitir mensajes o es una teoría que se encarga del estudio o bien de la producción, distribución y consumo de comunicación o información; a partir de estas ambigüedades la confusión e indeterminación del campo de la comunicación es contundente.

La indefinición del campo de la comunicación se da tanto en el ámbito académico, como en el laboral, es difícil distinguir quién define a quién, ya que el campo académico ha intentado dar respuesta a las necesidades del entorno, sin embargo el constante cambio social no permite que los contenidos académicos tengan vigencia por mucho tiempo; por otro lado en el campo laboral, al predominar la idea de que los medios masivos son el campo natural de los egresados de comunicación, no cede paso para consolidar y legitimar otras opciones de aplicación del campo comunicativo, ya que en otros contextos sociales, la comunicación es aplicable y necesaria.

Debido a la complejidad y vastedad que caracteriza a la comunicación, ésta se constituye como un campo amorfo, en el que se distinguen dos problemas fundamentales, lo que Mauricio Antezana Villegas llama la errátil circunstancia de las ciencias de la comunicación:

- 1) La problemática general del objeto académico de la comunicación, - Campo académico; y
- 2) La imprecisión de la realidad social de la comunicación - Campo laboral. (Antezana, sin A.E.; p.2)

1) Dentro del **CAMPO ACADEMICO** uno de las características fundamentales es la interdisciplinariedad, ya que las currículas contemplan un serie de disciplinas como base general; para los egresados de comunicación, esto les puede tanto beneficiar como perjudicar, ya que por ser un mosaico de diferentes disciplinas, en ocasiones acaban siendo "todólogos" y a la vez expertos en nada.

Debido a esta interdisciplinariedad, la comunicación no se integra ni define como una sola disciplina, sino que se conforma por un conjunto de saberes prácticos propios de varios campos, por lo que el estudio de la comunicación es multidiverso constituyéndose como una amalgama, entretejida por las ciencias sociales y las habilidades técnicas.

Por la razón anterior, el ámbito académico optó por separar esa amalgama, fragmentando el estudio y especializando las prácticas en oficios, con el fin de atender los requerimientos del mercado laboral.

La fragilidad de los límites entre las diversas disciplinas que constituyen el campo de la comunicación como son: la sociología, la antropología, la psicología, la lingüística, entre otras, hacen que el espacio intelectual se vea oscurecido por el generalismo de las teorías o por el simplismo del ámbito tecnológico con sus respectivas limitaciones; a pesar de que cada disciplina aporta su conocimiento, cada una se ocupa de la comunicación desde su propia perspectiva, ocasionando un saber fragmentado y una aplicación de conocimientos mecánica y generalmente reduccionista.

El problema de la indefinición del objeto de estudio, se da a partir de la imprecisión de la noción de comunicación, ya que ésta muestra una ambivalencia conceptual, por un lado el concepto de "comunicaciones", se refiere a los operadores comunicacionales (técnicas) y su desarrollo está directamente ligado a la producción y consumo de los medios masivos; por otro parte "la comunicación" es el fenómeno de vinculación interpersonal y colectiva, que está asociada propiamente con vida humana.

Como reflejo de este problema, se da la multiplicidad de nombres de aquellas carreras y escuelas de comunicación, por lo que no existe una unificación de criterios académicos, contribuyendo así a la crisis de identidad.

Según el catálogo de instituciones de CONEICC, en 1988 existían en México 16 denominaciones distintas para la licenciatura en comunicación, 6 se denominan como científicas, 8 apelan a la función específica del campo de la comunicación (publicidad, periodismo, Relaciones Públicas, etc.), no obstante la gran mayoría dice mantener una perspectiva científico-técnica (Andión, 1991; p.63).

Existe una variedad notable de perfiles profesionales de las escuelas de comunicación, esto da cuenta de la alta heterogeneidad de las escuelas de comunicación, por lo tanto el indefinido nombre de las carreras y escuelas de comunicación o Ciencias de la Información Colectiva también fue un factor importante que contribuyó a la crisis de identidad.

Sin duda alguna esta indefinición en las escuelas latinoamericanas de comunicación tiene sus raíces en la estructura pedagógica gestada por CIESPAL; ya que la institución quiteña asimiló de forma distorsionada el modelo norteamericano de la escuela de comunicación de masas (school of mass communication) en donde la "polivalencia" es institucional, y en un mismo espacio académico existen diferentes especializaciones como periodismo, publicidad, radio, T.V., relaciones públicas, etc.

La "polivalencia" implicaba la formación de un profesional único, por lo que el esquema curricular que lo formaba intentaba hacer una amalgama, integrando diversas disciplinas e instrumentos de trabajo particulares de los medios masivos; los planes y programas de estudio se fundamentaban en una concepción positivista de la comunicación, por esta razón, en ellos se contemplaban en materias como la sociología y psicología de la comunicación, entre otras.

El modelo CIESPAL empujó a las escuelas de comunicación a un callejón sin salida, las distanció del mercado de trabajo que cada vez se constituía más especializado, por lo que el perfil "polivalente" de profesionales formados en esta escuelas, no tuvieron otro camino que dirigirse a lo alternativo, esto ocasionó la preparación de un ejército de desempleados, ya que la comunicación no masiva así como los centros de investigación, no tenían, ni tienen capacidad suficiente para recibir a tantos "comunicólogos".

Por esta razón, es necesario que las estructuras pedagógicas y curriculares capaciten al alumno con el conocimiento que le permita tener dominio en el campo laboral y le otorgue "competencia profesional", ya que en los medios de comunicación los recursos que son proporcionados por las universidades no le son suficientes ni satisfactorios.

2) Por su parte, el **CAMPO LABORAL** exigía de los profesionales, la capacidad técnica requerida en el mercado de trabajo, de la cual los egresados de la carrera carecían; ya que no contaban con las bases suficientes para ser competitivos, esta exigencia se agudizó a partir de los años 60 y particularmente en los 70, cuando la influencia sociologista ingresa abrumadoramente al ámbito universitario, y aumenta la necesidad y urgencia de los requerimientos técnico - profesionales que determinan la especialización de los estudiantes (el llamado know how) en el ámbito tecnológico de los medios masivos.

Esta influencia generó la necesidad de una formación doble: por un lado los contenidos ideológicos de la comunicación exigían la perspectiva teórica, y por otro era imprescindible la especialización operativa y técnica en el manejo de los medios.

Esta dualidad de la comunicación como aspecto humano y social o bien como operador técnico, se expresa en la difícil delimitación del objeto académico, ya que en su conceptualización cognitiva, se plantean 2

caminos: Teoría y Práctica, esta incompatibilidad generó una indeterminación en el enfoque de estudio, transformando el objeto académico de un contenido eminentemente periodístico - informativo a las técnicas operativas puras, y hasta las más complicadas reflexiones teóricas sobre diferentes disciplinas.

Otro aspecto del problema de la indefinición del campo de la comunicación, es la legitimación social que existe de su campo de acción, ya que el campo que hasta ahora está legitimado y que se constituye como su campo natural y dominante, es el de los medios masivos. Por esta razón el campo educativo se legitimó y formó a partir de aquellas "prácticas profesionales dominantes" ya que interesaban a los grupos que controlaban los medios masivos, con el fin de posibilitar su expansión y consolidación tanto como empresas económicas e instituciones culturales.

En este contexto proliferaron escuelas de comunicación en cuyas currículas había una selección de saberes y habilidades, determinados por intereses de ciertos sectores sociales, los de la clase dominante. Por este motivo la mayoría de los planes de estudio de las escuelas existentes en México, tienen como referentes los medios de comunicación y no la sociedad en su conjunto (Orozco, 1989; p.29). De tal forma que el campo educativo generalmente no obedece ni responde a las necesidades de la sociedad sino a los intereses concretos de sectores sociales específicos.

Debido a esta problemática es urgente y necesario definir la especificidad del campo profesional de la comunicación, en razón de las nuevas necesidades sociales, para ello es preciso conocer la naturaleza de las prácticas profesionales de comunicación y sus ámbitos de incidencia; crear las condiciones para reordenar las políticas académicas, cambiar los modelos curriculares, instaurar programas de formación de profesores, reactivar la investigación para la docencia y en general rediseñar las licenciaturas en comunicación. (Andión 1989; p.13)

Para comprender el **CAMPO PROFESIONAL**, es necesario reflexionar sobre los siguientes aspectos:

1) El campo profesional de la comunicación no es sinónimo del mercado de trabajo alrededor de los medios masivos, ni del desarrollo de las nuevas tecnologías de información, además de que éstos al ser monopolizados por empresas privadas, hacen más selectivo su ingreso. Esta idea genera un reduccionismo de la aplicación de la actividad comunicativa, cuando el campo profesional de la comunicación ya existía, y no se agota en los medios masivos ni en las nuevas tecnologías de comunicación; las prácticas de comunicación en la sociedad son muchas y variadas al igual que las necesidades que la demandan, y sólo algunas prácticas y necesidades de comunicación son seleccionadas para conformar el campo educativo.

2) El campo profesional de la comunicación no es exclusivo de profesionales en comunicación, no se constituye sólo por egresados de nuestra carrera y menos por titulados. El periodismo se ha ejercido desde hace mucho tiempo a partir de un "saber práctico" no enseñado, por lo que muchos periodistas no han pasado por escuelas de comunicación.

3) La tendencia dominante de los medios y las nuevas tecnologías radica en su expansión y crecimiento, los cuales se dan bajo criterios económicos y políticos.

4) La mirada hacia lo social aún poco consolidada, es lenta pero con futuro promisorio.

Bajo estas premisas encontramos una vez más que el campo de trabajo del profesional de la comunicación, está legitimado a partir de los medios, y la mirada hacia lo social debe fortalecerse.

Definir objetivamente a la comunicación representa un problema; fundar una teoría y una práctica de la comunicación cuando existen como referencia generalizante los medios masivos, es incurrir en un mismo error epistemológico. (López Veneroni, 1991; p. 21)

Otro de los problemas fundamentales de esta indefinición, es la confusión teórico-conceptual de las nociones información y comunicación, las cuales implican dos universos distintos del discurso académico, además de las diferencias en la formación técnico profesional.

Mientras que la comunicación es un fenómeno específicamente social cuya problemática se elabora por sujetos sociales; el espacio informativo exige requerimientos prácticos y técnicos, tan complejos y rigurosos para formar crítica y creativamente no sólo a los periodistas si no a los comunicadores en general.

Es necesario cuestionar el espacio teórico, a partir del cual se construyó el discurso específico de una ciencia de la comunicación. Al conformar a la comunicación como ciencia, se intenta que en un mismo espacio académico se concilien las esferas informativa y comunicativa, sin embargo no existe una formalización ni teórica ni profesional simultánea para lograrlo

Quiénes buscan practicar profesionalmente el ejercicio de la información, o quienes optan por el campo de la investigación, están a expensas de esta condición, la falta de legitimidad y formalización del campo, ya que no se reduce a los medios y a los contenidos que transmiten, sino que ubica su problemática en un campo social.

Promover este debate parece darle un nuevo cauce a dos áreas que si bien tienen mucho en común también requieren de formaciones y sobre todo de vocaciones distintas.

Históricamente, el "comunicador" se ha concebido desde el "cronista de los acontecimientos de la comunidad", hasta la de "crítico de la industria cultural, pasando por la de expertos en tecnologías informacionales, los egresados buscando medios alternativos, los comunicadores de pantalla, creativos, videoastas, guionistas publicistas, diseñadores de comunicación institucional...: esta falta de precisión produce un auténtico efecto de universalidad en las carreras de comunicación que además de que tiende a una generalidad difusa, nuestra carrera todo lo abarca, sin embargo el gran cuestionamiento se da cuando se plantea qué se debe enseñar y para qué, a pesar del mencionado campo de incertidumbre que existe. (Calleti, 1991; p.25)

Para los profesionales empíricos de la comunicación las carreras no cubren el conocimiento que otorga la experiencia práctica, mientras que para los estudiantes la inconformidad también es múltiple unos buscan ser estelares o el "glamour" de los medios, otros la profesionalización con fines económicos, etc., por lo que son muchas expectativas en un mismo espacio institucional.

A raíz de esta características, los oferentes y demandantes de las carreras de comunicación corren el riesgo de sobreestimar sus alcances y posibilidades, de tal forma que pueden ser visualizadas representando más de los que pueden ser. El éxito o fracaso de las carreras se da en la aceptación de las dificultades a asumir y los propósitos a alcanzar.

Es necesario y urgente, definir nuestra identidad en dos sentidos, por un lado ante la fría y exigente mirada de la ciencia, y por otro lado frente al mercado, es decir definir nuestra identidad ante la mirada estimulante y seductora de la sociedad y las posibilidades de acción en la misma. (Luna, 1992; p.59)

Las indeterminaciones son generadas por la transformación continua de las prácticas, las tecnologías y las instituciones que intervienen en la comunicación, así como las perspectivas teóricas predominantes y los escenarios sociales en los que esas prácticas se llevan a cabo.

A raíz de esta indefinición, también es difícil determinar un perfil del profesional de la comunicación, debido a que los ámbitos de trabajo son múltiples; la construcción de ese perfil obedece a las exigencias de su entorno y a la utilidad social de su trabajo. La presencia de los profesionales que proceden de la universidades se legitima cuando resulta necesaria en la sociedad. Se trata de una "utilidad social" y no "función social".

1.3. LA FALTA DE VINCULACION ENTRE LA ACADEMIA Y LA REALIDAD LABORAL

La falta de correspondencia entre la formación teórica y la aplicación práctica de estos conocimientos, fundamentan la ausencia de vinculación entre la realidad laboral y la academia.

A pesar de que la educación es un factor fundamental y decisivo para el desarrollo de una sociedad, hay una falta de compromiso y correspondencia entre el sistema educativo y las exigencias sociales.

La articulación entre mercado de trabajo de la carrera y la definición teórica de la comunicación son 2 caras de una misma moneda. Entre campo laboral y teoría, hay tantas promesas de integración, como desencuentros, sin embargo mientras los preocupados por el polo teórico denuncian o padecen la ausencia de esa disciplina, los más preocupados por el polo del mercado dejan en la práctica que de definirla se ocupen otros (Marques de Melo, 1988; p.6).

La relación entre mercado de trabajo y escuelas de comunicación conduce necesariamente a una reflexión en torno al momento histórico presente y futuro. Actualmente el contexto en el que vive México, se encuentra conformado por intensas y rápidas transformaciones creando cuadros distintos al pasado. Ello significa que estamos sometidos a una lógica constante de interacción social y comercial, inmersos en la sociedad globalizada e informatizada, en consecuencia es necesario ser competitivos a nivel intelectual y técnico - laboral.

El campo educativo de la comunicación se enfoca principalmente a dos perspectivas, por un lado la que está delimitada por los medios masivos de comunicación y que se configura como dominante, por otro el campo que resta, donde la comunicación se aplica hacia lo social.

Debido a que los medios masivos siguen siendo el aspecto predominante, la gran mayoría de estudiantes no se encuentran capacitados para responder a las necesidades comunicativas que son requeridas desde un punto de vista social.

Muchas veces los planes y programas de estudio se ajustan a los "saberes" y "habilidades" objetivados y legitimados por las prácticas profesionales de comunicación, debido a que los medios masivos son el campo dominante, estos planes la mayoría de las veces corresponden a las necesidades primordiales para su funcionamiento y expansión.

Problemas tales como insuficiencia de recursos, infraestructura e instalaciones en mal estado, retraso en planes y programas de estudio, ausencia de innovaciones, entre otros, repercuten en el deterioro de la educación, de tal forma que la falta de vinculación con las necesidades sociales es un problema latente, constante y difícil de subsanar.

La teorización actual sobre el papel social de la universidad la ubica como una institución que se encuentra en un proceso dialéctico, condicionado a influencias externas y al surgimiento de alternativas educativas.

La universidad tiene cierta capacidad de conformar el campo educativo de la comunicación a partir de la "objetivación" de saberes y habilidades de las prácticas comunicativas, aún cuando sean distintas a las requeridas por los medios y tecnologías de información o bien para satisfacer requerimientos comunicativos de los sectores de la clase dominante. La universidad puede dirigir su atención a las prácticas de comunicación de otros sectores sociales para conocerlas y luego traducirlas a prácticas educativas que permitan otro tipo de formación de profesionales de la comunicación.

Existen críticas que consideran que las prácticas profesionales no corresponden a la realidad en el "deber ser", la traducción de las prácticas profesionales de comunicación a prácticas educativas no ha contado con un compromiso real de los sectores que las realizan, ni con una observación precisa, de los "saberes y habilidades" que requieren estas prácticas.

El compromiso que tiene la universidad de formar comunicadores, debe ser real y concreto, no es suficiente con la intención, ya que se requiere de la generar metodología adecuada para traducir las prácticas profesionales de comunicación a los campos educativos.

En el caso del campo de la comunicación, la falta de claridad de su concepto contribuyó a la desvinculación entre teoría y práctica; en consecuencia la imprecisión del perfil del profesional en comunicación se refleja en las currículas, por esta razón, es común que las escuelas caminen por un lado y las demandas profesionales por otro, mientras que lo adecuado es que las escuelas tomen en cuenta la práctica profesional vigente así como sus perspectivas y la evolución de la sociedad.

El problema consiste en que muchos de los planteamientos de formación teórica están totalmente separados de la realidad profesional, dicho problema es metodológico más que teórico. Es necesario que los estudios de comunicación se fundamenten en la teoría y la investigación, y no sólo se ocupen de las habilidades y destrezas técnicas propias de la profesión.

La formación académica debe contemplar por lo menos una capacitación mínima y básica que se fundamente en la práctica profesional y en la realidad misma, con el fin de complementar la apropiación de conocimientos y habilidades suficientes para enfrentar las crecientes demandas comunicacionales.

Desde este punto de vista los planes y programas de estudio sufren una desorientación entre la conformación teórica, práctica y la formación socio-humanística y profesional que debe recibir un estudiante de comunicación.

Es necesario que los planes y programas de estudio respondan a las prácticas profesionales ya definidas y legitimadas socialmente, sin embargo el problema del campo de la comunicación, es que sólo los medios masivos son reconocidos legitimamente como su campo natural, donde el acceso al mercado de trabajo es muy selectivo y hermético, de tal forma que hay que dar un viraje, y voltear la mirada hacia lo social. Si la idea es que las escuelas respondan a las necesidades sociales, aparentemente la solución más sencilla para atender el mercado profesional es crear planes o programas de estudio a partir de los requerimientos sociales, las tareas profesionales vigentes y los perfiles deseados de egresados en el campo laboral.

Es evidente que se requiere de una investigación profunda del campo profesional de la comunicación para atender los diferentes ámbitos de aplicación de nuestra carrera, sin embargo si sólo se atienden las necesidades técnicas, esta propuesta atentaría a la razón de ser de las

universidades; dónde quedaría su misión en la sociedad; ya que no sólo se trata de capacitar mano de obra profesional, si no de otorgar al individuo el conocimiento necesario para que se desenvuelva social y humanamente en la sociedad. (Sánchez, 1991; p.14)

El debate que existe sobre la vinculación o desvinculación entre la sociedad y la universidad generó como conclusión que ésta última vive una crisis institucional, es decir, una crisis de identidad que atraviesa sus estructuras, las relaciones que se producen y reproducen en su interior y las formas específicas de su vinculación con el conjunto de la sociedad en que se inserta. (Diá-logos, 1991, p.71)

La universidad no sólo es un espacio en donde se produce conocimiento, es mucho más que eso, si nos limitamos a este concepto su fin se vacía de sentido, ya que en este contexto la universidad pierde vinculación con el resto de la sociedad, encerrándose en sí misma y desfasándose en relación al desarrollo dinámico de la sociedad.

Las causas del aislamiento pueden ser muchas, como son:

- a) Desvinculación entre los modelos de la universidad y los proyectos de desarrollo del país.
- b) Dificultad para involucrar en la propuestas académicas y en los modelos de formación a los sectores de la sociedad. No existe una retroalimentación entre el exterior e interior de la institución.
- c) Modelos académicos que muchas veces sólo responden a demandas del mercado o a intereses personales y corporativos del profesorado.
- d) Los proyectos de enseñanza generalmente no están anclados en un diagnóstico de necesidades sociales.
- e) Hay una limitación de recursos frente a las necesidades sociales.
- f) Competencia con escuelas técnicas que se limitan a la enseñanza instrumental.
- g) Sustitución de la figura de la universidad por otras instituciones.

h) Hay pocas posibilidades de vinculación de la sociedad con el ámbito universitario como son la investigación y la enseñanza) (Diá-logos, 1991, p.71).

La universidad debe transformarse constantemente para estar a la altura de los tiempos, sin embargo las instituciones de educación superior van rezagadas en relación al desarrollo social, ya que son estructuras muy pesadas destinadas a ser espacios de reproducción social. Se requiere de un proceso de legitimación de una determinada práctica profesional que se incluya en los programas académicos.

Si las universidades forman parte del sistema educativo de una sociedad debe ser considerada como un servicio público, no como un instrumento de lucro o partidista, ni objeto de apropiación corporativa, aún cuando ésta sea privada o estatal.

Actualmente los procesos académicos viven un proceso de masificación debido a surgimiento de nuevas escuelas y universidades que ofrecen la carrera, ya que en buena medida las instituciones académicas amortiguan la gran cantidad de fuerza de trabajo excedente, por ello es necesario que las universidades redefinan su funcionalidad, tomando en cuenta como objetivo central, las necesidades de la sociedad.

En torno a las escuelas de ciencias de la comunicación, su debate consiste en la problemática social y académica a raíz de la indeterminación que las caracteriza, lo que Mauricio Antezana denomina como la "circunstancia errátil de las ciencias de la comunicación". La pregunta es ¿qué se debe entender como profesionalización en comunicación?, la mejor manera de dar solución a este problema es tratando de determinar el objeto de aquello que se supone "ciencias" de la comunicación. Pero parece que por "ciencias" se entiende el aprendizaje del periodismo escrito, técnicas de los medios electrónicos, así como su operación, entre otras, por lo que su conceptualización como ciencia, es una mitificación, porque ninguna

satisface los objetivos, no define su objeto de estudio, ni produce un conocimiento nuevo. (Antezana, sin A.E. p.15).

Es evidente que en la comunidad académica de comunicación, existe una ausencia de consensos firmes en cuanto a debates sobre las carreras, la formación profesional, las tendencias de la investigación, las relaciones con las demandas del mercado, los planes de estudio, el papel de las teorías y talleres, etc.

A pesar de la ambigua representación de las carreras de comunicación, ésta cuenta con una creciente demanda de ingreso a la universidades, además de la proliferación de escuelas y academias que la ofrecen y la contemplan como una "carrera con futuro", sin embargo para quienes egresan de ella el futuro no es como lo pintaban al ingresar, ya que se tienen que enfrentar a la escasez general de empleo, o bien cuando lo solicitan, es bajo la mirada de incredulidad sobre su campo de acción y en ocasiones con actitud de desconfianza de parte de quienes los contratan.

Uno de los principales problemas que existen en torno a la formación académica de nuestra carrera, es que hay tantas escuelas como necesidades de comunicación, sin embargo su visión tradicional no permite ni fomenta la exploración de nuevos campos; por lo que los planes de estudio se limitan a copiar o imitar programas de carreras tradicionales.

La formación universitaria de los profesionales de la comunicación debe contemplar los requerimientos del mercado de trabajo, lo ideal es traducir adecuadamente en las currículas las necesidades comunicativas de la sociedad; sin embargo no es tan sencillo, la relación entre universidad, sociedad y mercado de trabajo encierra una serie de problemáticas como son: la planeación de las prácticas profesionales y educativas, el desarrollo de la tecnología de información, políticas públicas de educación y comunicación, evolución histórica de la educación superior y de

universidades así como los diferentes diseños curriculares.(Orozco, 1989; p.26)

Este distanciamiento contribuye a la imprecisión para definir el campo de trabajo del profesional de la comunicación. Fuentes Navarro recalca la necesidad de complementar la teoría con la práctica, "existe un desplazamiento creciente de la carrera con respecto a la dinámica social y una notable pérdida del objeto académico en lo científico y en lo profesional".(Fuentes, 1991; p.37)

La ausencia de vinculación entre educación y necesidades sociales y productivas es latente, existe una falta de orientación hacia lo social, en general hacia todos aquellos campos en donde se requiere de las actividades comunicativas; por esta razón es necesario que la educación se revalore para establecer metas, compromisos y responsabilidades de todos los sectores que intervienen en el proceso educativo, sin perder de vista su continuidad para darle permanencia.

Sería ideal que los planes de estudio estuvieran constituidos por criterios de actualidad, materiales de apoyo y sistemas de evaluación, ya que la época actual caracterizada por la rapidez de los cambios y por el avance de los conocimientos científicos y tecnológicos, requiere de instancias y mecanismos que garanticen la actualización permanente de los contenidos de la educación bajo criterios de flexibilidad, versatilidad e innovación; es necesario que los planes de estudio incorporen formación teórica y metodológica, también deben contemplar la técnica que le permitirá al estudiante enfrentar y resolver situaciones concretas, así como los problemas cotidianos.

Por otro lado, una de las críticas fuertes que se le hacen a la academia, es que la omisión que hace sobre concepto de trabajo, la escuela no transmite este concepto como un valor y una necesidad de realización humana, individual y colectiva; es necesario cultivar el sentido y valor de la

productividad y fomentar una cultura de calidad y de excelencia; ya que al egresar es difícil cotizar el trabajo de un experto en comunicación. si no se tiene una visión concreta de lo que vale, vender el trabajo intelectual es un conflicto. (Santoyo, 1994; p.17)

Al mismo tiempo es necesario fomentar el valor de la titulación ya que socialmente el título es universalmente reconocido, confiere posición, poder, reconocimiento y respeto, gracias a éste, un individuo se legitima le otorga identidad social, el título es la manifestación de un poder, garantiza y autentifica la competencia técnica y social del titular.

Las posibilidades que tiene un profesional de la comunicación para desarrollarse en el campo de trabajo son prácticamente infinitas, esto no quiere decir que sea un "todólogo" o una "sabelotodo", ya que en todo espacio de intercambio simbólico puede insertarse un mediador que facilite y organice los procesos comunicativos. Existe la necesidad de explorar los ámbitos sociales, en donde tradicionalmente los profesionales de la comunicación no han aparecido, es en estos cuadros donde se puede desplegar su actividad integradora, sin embargo no es suficiente la intención, la universidad tiene el compromiso de fomentarla y producir la oportunidades para la interacción entre la sociedad y la academia.

Generalmente la conexión de conocimiento, prácticas de universidad y mercado, se manejan bajo ciertas lógicas; primero se define el estatuto teórico y después se impulsa la capacidad de sus egresados en el campo de trabajo a partir de una propuesta más profesional que ocupacional; en ocasiones se diseña una licenciatura a partir de un esfuerzo por organizar, sistematizar y consolidar un saber legitimado por la teoría y por la práctica en los talleres, que funcionan como instancias de apoyo a los planes y programas de trabajo definidos.

La discriminación entre teoría y práctica es determinante, ya que la práctica corre el riesgo de ser centro de discusión de la teoría, debatiendo su relación en el espacio social.

Otro de los aspectos en donde existe contradicción es el de las expectativas de los estudiantes y realidad de los egresados, algunas investigaciones, han demostrado que "los estudiantes valoran positivamente el punto de vista crítico de la enseñanza que reciben, apreciando que ésta les permite tener una visión en conjunto para desenvolverse en su futuro profesional, pero destacan como rasgo negativo el corte brusco que se produce entre la práctica de los talleres y la formación inicial indicando en donde no alcanzan a integrar y hacer uso de los conocimientos adquiridos". (Quiroz, 1991; p.46) Se da un aislamiento en cuanto a la realidad del país.

Las universidades deberían ofrecer una formación en la cual la teoría y la práctica vayan de la mano y que tome en consideración las demandas que son dejadas de lado; la formación general es necesaria porque proporciona un marco que permite examinar los problemas y tener una perspectiva global aún cuando ésta se oponga a la especialización.

La interacción con el sistema productivo es considerada como una de las más deseables ya que así las escuelas de comunicación, pueden tener acceso a innovaciones profesionales, sin perder la capacidad crítica que necesariamente debe preservar; mientras que a las empresas les sirve la utilización de parámetros científicos. (Marques de Melo, 1992; p.92)

Es aquí donde entra la pertinencia de ejercer la práctica profesional cuando aún se estudia, con el fin de complementar la actividad teórica con los conocimientos concretos que se adquieren en la realidad laboral; aún cuando el mercado determine un perfil de acuerdo a las técnicas que predominan en el campo profesional y dejando de lado la crisis de los paradigmas teóricos que aumenta constantemente.

2. CONCEPTOS Y ENFOQUES DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN

Para definir el concepto de práctica profesional, hay que tomar en cuenta que existen diferentes acepciones, las cuales varían entre universidades, instituciones y empresas privadas, a partir de éstas distinguimos dos perspectivas fundamentales que delimitan dicho concepto:

- 1) Por un lado la práctica profesional es la que se ejerce mientras se estudia con el fin de complementar la formación académica;
- 2) Y por otro se considera como el ejercicio profesional de la carrera en el campo laboral.

En este capítulo se hablará de ambas perspectivas con el fin de mostrar los diferentes enfoques de acuerdo al contexto.

2.1. LA PRÁCTICA PROFESIONAL Y SU VINCULACIÓN CON LA EDUCACIÓN

La formación teórica no puede ni debe ser la única que reciba un profesional de la comunicación y por supuesto de ninguna carrera, como ya se mencionó, la teoría es un elemento fundamental para desenvolverse en la práctica, pero no por ello, el estudiante debe conformarse sólo con ésta.

Un profesional de la comunicación debe saber usar los instrumentos de su trabajo, debe entenderlos y explicarlos, habilidades que sólo la teoría otorga; debe ser capaz de pensar, investigar, valorar los hechos y ofrecer responsablemente, posibles soluciones que contribuyan a la transformación de la dinámica social.

En términos ideales, lo adecuado es combinar la formación universitaria y la experiencia profesional. Académicamente los talleres y las prácticas escolares reducen el distanciamiento de la realidad, ya que propician un acercamiento y confrontación con los esquemas reales de la comunicación, sin embargo los talleres sólo son una simulación del campo de trabajo.

Por su parte la investigación que realizan los alumnos, contribuye a la circulación de nuevas ideas, la reflexión sobre la tecnología y a la teorización de los nuevos fenómenos que la sociedad produce, legitima el conocimiento así como la disciplina que lo avala; a pesar de que la legitimación de nuestro campo sea cuestionada como ciencia o disciplina. Para lograr una enseñanza profesionalizante, es indispensable la articulación de la teoría con la práctica; sólo en la práctica, el alumno se acerca a la comprensión de la realidad laboral, ya que el camino teórico - académico no es suficiente para actuar profesionalmente en las diferentes aplicaciones del campo comunicativo.

Uno de los principales problemas de nuestra carrera, es la articulación de la realidad ocupacional del mercado de trabajo con la academia; de ahí que se trate de establecer una vinculación entre las asignaturas de carácter teórico y las de carácter práctico con la implementación de talleres.

Aún así, académicamente está en debate el perfil que deben de tener los egresados de comunicación para insertarse en el campo laboral, además de que no se sabe a ciencia cierta, cuál es el papel que deben cumplir las instituciones académicas en relación a la posibilidad de promover nuevas formas profesionales, hasta qué punto y con qué imagen debe ser concebida la especificidad de lo comunicacional, tomando en cuenta la interdisciplinariedad con otros campos de estudio; pues la explicación de un fenómeno comunicativo obliga la interacción con otras disciplinas. (Calleti, 1991; p.25).

Si la práctica profesional del comunicador es interdisciplinaria, el esquema teórico de la enseñanza que recibe un estudiante de nuestra carrera es incongruente, pues los planes de estudios incluyen cursos introductorios de todas las disciplinas sociales; el resultado de este esquema es que no forman ni lingüistas, ni sociólogos, ni psicólogos, ni nada parecido, y mucho menos existe un conocimiento exacto de qué tienen que ver todas ellas en la práctica profesional de la comunicación.

De ahí que los estudiantes que pretenden insertarse en el campo laboral de los medios masivos, no encuentra aplicación ni funcionalidad al estudiar aquellas materias que tiene que ver con las ciencias sociales, la única alternativa que consideran adecuada es la resolución de problemas sociales concretos, por ello es necesario reorientar los objetivos de los planes y programas de estudio y no sólo eso, también hacer a los estudiantes conscientes de ellos.

Existen dos grandes puntos de conflicto de los estudios de comunicación por un lado, la articulación con el mercado de trabajo y por otro la teoría y epistemología de la comunicación.

A partir de estos puntos se han generado dos representaciones predominantes en el campo profesional de la comunicación: La primera se enfoca a los medios masivos donde lo importante es la producción y no la reflexión, lo que antes se aprendía en el campo laboral ahora se estudia en la universidad, en este caso es suficiente el conocimiento y uso de la técnica; mientras que la segunda se procura el conocimiento, cuestiona la configuración del campo de la comunicación, la definición de su concepto, así como el lugar social que ocupa nuestra carrera, busca la integración entre las demandas del mercado y la necesidad de una formación teórica adecuada.

Es necesario plantear estrategias para vincular la universidad con la sociedad; la teoría y los talleres no son suficientes, ni satisfacen las necesidades del estudiante de comunicación; los resultados son escasos, hasta ahora se mantienen separados el ámbito de la reflexión sobre conceptos y teorías, y por otro lado se encuentra el manejo de técnicas, es decir la práctica.

Articular la teoría con los talleres es un problema difícil de resolver y quizás el más ambicioso en las curriculas, la solución debe ser planteada en una dimensión equivalente al problema mismo, se puede dar una alternativa académica que resuelva la separación entre teoría y práctica, o bien una solución político-administrativa que satisfaga el problema de la infraestructura, dotando a la escuela de los recursos necesarios para practicar lo que se realiza en el mercado laboral.

Hablar de práctica, es hablar de la realidad de las relaciones sociales y mediaciones que las determinan, no de las técnicas que dentro de las mediaciones forman a las relaciones sociales. (Fuentes , sin A.E. p.42)

Como ya se mencionó el campo educativo distingue dos perspectivas en torno a la práctica:

- 1) La práctica educativa
- 2) Las prácticas profesionales

1) Una práctica educativa es determinada por la práctica social. Es un conjunto de acciones realizadas sistemáticamente por un sujeto individual o colectivo, más o menos con el mismo fin y articuladas en una forma distinta; no se trata de relaciones espontáneas sino de producto de la práctica social que implica una selección y una exclusión; a la vez toda práctica social tiene una historicidad que determina sus posibilidades y límites para darle continuidad o no a futuro. En toda formación social existen diferentes prácticas que conforman un desarrollo económico, político, cultural y éstas se van modificando. (Orozco, 1989; p.26)

Las nuevas prácticas no anulan las anteriores, éstas subsisten, por lo tanto se pueden distinguir prácticas tradicionales, en transición o modernas; por ejemplo las prácticas informativas, que son de las más antiguas y eran realizadas rudimentariamente, ahora son tecnificadas.

El fin de una práctica educativa, es preparar a una persona o grupo para realizar una tarea, ya sea física o intelectual. La universidad y/o el sistema escolarizado "legítima" la práctica educativa, prepara a los individuos para realizar distintas tareas en la sociedad; la práctica misma puede ofrecer la consolidación académica de nuestra carrera.

La idea de los talleres como práctica educativa funcionan como instancias de apoyo, con el fin de poner en práctica la teoría, sin embargo este mecanismo, no pasa de ser una simulación de la realidad laboral, que no satisface las expectativas y proyectos a los que se enfrentan los estudiantes en el campo laboral.

Las prácticas académicas dentro de la universidad, deben recuperar los principios teóricos originales, a fin de crear las condiciones que favorezcan la formación de profesionales de la comunicación capaces de detectar y resolver problemas de orden comunicativo donde se requiera.

Por ello es necesario reivindicar la investigación como un recurso fundamental del proceso educativo; así se formaran comunicadores conscientes de su realidad social y por lo tanto potencialmente capaces de interpretar y actuar en la sociedad mexicana. (Andión, 1991; p.62)

2) En cuanto a la práctica profesional entendida como el ejercicio profesional del campo de trabajo de la comunicación, Luis Javier Mier, profesor de la ULA distingue tres tipos de prácticas profesionales a partir de las currículas: RECESIVAS, DOMINANTES y EMERGENTES. (Mier, 1991; p.37)

Las PRACTICAS RECESIVAS son las que se han especializado, por lo que en el campo general de la comunicación ya no existen como tales y casi han desaparecido, por ejemplo, las relaciones públicas se han integrado a la mercadotecnia o a la comunicación institucional, otras se han convertido en carreras técnicas como la de camarógrafo, o bien se han integrado como prácticas específicas, tal es el caso del periodismo, guionismo, publicidad, entre otras.

Las PRACTICAS DOMINANTES son las que se conocen como el actual y legitimado mercado de trabajo; está conformado por todas aquellas actividades que se requieren en los medios masivos o que se llevan a cabo en los departamentos de comunicación de instituciones públicas o privadas, las agencias de publicidad, etc., en general el ejercicio libre de la profesión.

Si estas prácticas son el campo de trabajo de los egresados de comunicación, el fin de las escuelas es colocarlos en estos ámbitos, por lo tanto hay que prepararlos para el dominio de los medios y técnicas massmediáticas; "las prácticas comunicativas dominantes cumplen una función técnico-instrumental; sin embargo este cuadro profesional cambia aceleradamente, de tal forma que independientemente de la formación universitaria la capacitación en la práctica y rutina de trabajo diario, es necesaria". (Andión, 1991; p.61)

Las PRACTICAS EMERGENTES, son las que se ocupan de identificar problemas comunicacionales, con el fin de diseñar soluciones, utilizando adecuadamente los lenguajes, técnicas y medios necesarios propios del campo; entre ellas se encuentran la comunicación educativa, la comunicación rural y urbana, la comunicación en organizaciones civiles, la divulgación científica y la difusión cultural. De esta forma encontramos que "la práctica profesional de la comunicación es un conjunto de múltiples formas de acción política, ideológica y cultural". (Andión, 1990; p.50)

El ejercicio profesional y la dinámica social van señalando a las Prácticas Profesionales como decadentes, dominantes o emergentes; sin embargo cada universidad promueve y fundamenta el perfil de comunicador que forma, de acuerdo a sus propósitos institucionales, sin embargo lo ideal sería que cada universidad orientara sus currículas a partir de su propio contexto.

"La universidad tiene cierta capacidad de conformar el campo educativo de la comunicación a partir de la objetivación de saberes y habilidades de las prácticas comunicativas, distintas a las requeridas por los medios masivos y las nuevas tecnologías de información o bien las que son creadas para satisfacer los requerimientos comunicativos de los sectores de la clase dominante". (Fuentes,1991; p.37)

La formación universitaria está conformada por diversos elementos: la estructura y orientación curricular de las escuelas, tipo de prácticas profesionales reflejadas en los planes de estudio, vinculación de las universidades con otros ámbitos profesionales, campos intelectuales y principales aportes en la construcción del campo profesional. Sin embargo, el punto mayormente cuestionado es la correspondencia entre el crecimiento y legitimación de la formación universitaria con el desarrollo del campo profesional de la comunicación. (Solis, 1991; p.7)

Las prácticas profesionales de la comunicación que no incluyen a los medios masivos, constituyen un campo social en emergencia, por lo que existe una lucha por imponer como legítimo un ejercicio específico de la comunicación. Sin embargo las constantes transformaciones de la sociedad, promueven el surgimiento de nuevas realidades que requieren cuadros profesionales capaces de incorporarse a estos campos y en general al desarrollo social.

Para que las escuelas superiores de comunicación cumplan una función efectiva en la sociedad, es preciso que estas instituciones asuman la responsabilidad de transformar el sentido de sus carreras, para hacer de la profesión una práctica útil y pertinente a nuestro momento histórico.

Debido a la ausencia de una definición precisa de nuestra carrera, es necesario determinar la especificidad de la profesión comunicológica a partir de las nuevas necesidades sociales, conocer la naturaleza de las prácticas profesionales de la comunicación y sus ámbitos de incidencia; crear las condiciones para reordenar las políticas académicas, así como las currículas; promover programas de formación y actualización de profesores, reactivar la investigación para la docencia, en general rediseñar las licenciaturas en comunicación.

La carrera de comunicación, al igual que la universidad enfrenta un doble problema, por un lado debe fomentar como una función permanente su vínculo con la realidad, ya que en la realidad suele convertirse en una isla ajena y por lo tanto distante de los problemas sociales.

Por otro lado, el trabajo intelectual no es aceptado totalmente dentro del campo laboral, incluso podemos hablar de cierto rechazo, esto se da porque generalmente en el mercado de trabajo lo que se necesita, son técnicos que se dediquen al uso de todos aquellos instrumentos tecnológicos de los medios masivos, y de poco o nada les útil un teórico que más bien buscará el estudio y análisis de los fenómenos comunicativos.

Según Martín Barbero, un plan de estudios debe articular la lógica de las diferentes disciplinas a la dinámica de las sociedades, con el fin de configurar profesionalmente el mercado de trabajo; para renovar un plan de estudios se debe revisar y construir constantemente el mapa de las prácticas profesionales del comunicador para mantenerlas válidas y legítimas.

Este mapa debe incluir los siguientes niveles:

- 1) Competencias y oficios: saberes y destrezas básicas que predominan en el campo de la comunicación.
- 2) Agencias de legitimación: instancias que garantizan o devalúan esas competencias y oficios
- 3) Empresas de comunicación, organizaciones, instituciones, universidades, etc.
- 4) Dinámicas de transformación: fuerzas, movimientos y actores que activan cambios.

El mapa profesional de la comunicación, está compuesto por una multidiversidad de prácticas profesionales e ideologías, sin embargo no se sabe exactamente cuáles son las competencias y las destrezas que deben conformar el formación básica del comunicador.

Por esta razón, generalmente las escuelas trabajan con intuiciones, con ideas generales acerca de lo que pasa en el mercado ocupacional; falta por lo menos, un mínimo de investigación sistemática acerca de cuáles son las competencias y las figuras profesionales; qué instancias las garantizan, legitiman o devalúan; por ejemplo las empresas de comunicación, las organizaciones gremiales, las instituciones estatales, gubernamentales y académicas, cuál es el peso de cada una de esas instancias, cuál es la dinámica de la transformación". (Martín Barbero, 1990; p.13)

Por lo tanto mientras no se tenga clara la naturaleza de nuestra práctica profesional, estaremos condenados a ser instrumentos de alguien que sí sepa y tenga elementos para interpretar la realidad social y que puedan definir las líneas políticas e ideológicas que convengan implantar en una institución, en un grupo e incluso en el país, para solucionar este problema es necesario conocer nuestro propio contexto, definir los fines y la ubicación de las universidades, así como sus políticas y estrategias educativas con el fin de beneficiar a los estudiantes y a la sociedad. (Andión, 1990; p.64.)

Es necesario que la práctica social redunde en la práctica educativa para que permita la formación de profesionales de la comunicación con una posición más relevante socialmente, esto se logrará siempre y cuando se haga una traducción adecuada de las prácticas profesionales de comunicación a prácticas sociales de comunicación en los campos educativos y sólo las universidades que se avalan de la investigación, pueden mantenerse vinculadas y a la vanguardia de lo cambios que sufre la sociedad y en particular nuestra carrera.

Dentro del campo académico se necesita de un método didáctico innovador que articule teoría y práctica a través de la resolución de problemas concretos, ya que hasta hoy los cursos que conforman los planes y programas de estudio propician en el alumno, una visión fragmentada de la realidad. La enseñanza de la comunicación debe convertirse en un proceso activo donde los estudiantes desarrollen proyectos de investigación que deriven en la producción de mensajes y en general en la aplicación concreta de la comunicación, así las técnicas adquieren su peso específico en el proceso comunicativo es decir como herramientas adecuadas a una estrategia de interacción social, dejando de ser el único objetivo dentro de la práctica profesional en comunicación.

En el campo de la comunicación, podemos distinguir que se transmiten dos tipos de saberes: los "saberes prácticos", aquellos que se aprenden en la práctica pero no se enseñan formalmente en la academia, incluso hay prácticas que ya se realizaban antes de ser parte de los planes de estudio, de tal forma que hay comunicadores en la sociedad que no han pasado por la universidad, ni por la carrera de comunicación adquiriendo su conocimiento en la práctica profesional.

Por otro lado están los "saberes teóricos" aquellos que debido a su objetivación en planes de estudio, pueden enseñarse como asignaturas.

Sin embargo el campo de la comunicación requiere de un "saber hacer", que refleje la habilidad para producir, escribir, hacer publicidad, trabajar en video, etc. (Quiroz, 1991; p.36)

Uno de los principales problemas de la concepción del campo profesional de la comunicación, es la idea de que éste se reduce a medios y a su vez éstos a tecnología, por lo tanto exige del profesional de la comunicación un "saber hacer" que pocas veces y de forma deficiente se otorga en las universidades, muchas universidades no cuentan con los recursos y condiciones de producción que operan en los medios, por lo que la capacitación técnica es ausente.

El "saber hacer", tiene que ver con las habilidades y destrezas mentales y psicomotrices para efectuar el intercambio comunicativo. Es el llamado "know - how" del proceso de producción comunicativa.(Orozco, 1992; p.121)

La ausencia de vinculación entre la educación y la práctica profesional se da muchas veces porque las escuelas de comunicación enfocan sus objetivos a la satisfacción de ciertas necesidades determinadas por el mercado, minimizando así la potencialidad del desarrollo de otras prácticas emergentes de nuestro campo.

R. Fuentes y J. Sánchez realizan un diagnóstico del campo de la comunicación, en donde señalan que hay una serie de conflictos y/o tensiones no resueltas en el campo académico de la comunicación, como son: la contraposición de la formación teórica, la capacitación práctica o técnica de los estudiantes y la desintegración creciente de la enseñanza y la investigación. (Orozco, 1992; p.117)

Por su parte Guillermo Orozco hace un análisis y señala una serie de aspectos que constituyen esta deficiencia entre la práctica profesional y su vinculación con la educación: (Orozco, 1992; p.118)

1) El uso de la técnica sólo como instrumento la limita al servicio de la razón; en el ámbito de la comunicación, esta posición instrumentalista (reduccionista) de la técnica, impide que se le asuma también como un principio de orden.

2) La actitud académica separatista entre teoría y práctica; e investigación y docencia, son manifestaciones de la separación más profunda y grave en la forma de entender el proceso de conocimiento; suele pensarse que lo que hacemos pertenece al ámbito de la práctica y lo que pensamos a la teoría. Si bien lo teórico y lo práctico están implicados en ámbitos cognoscitivos distintos esto no significa que estén contrapuestos. El "saber" sobre algo o acerca de algo (teoría) y el "saber hacer" (práctica) son saberes complementarios.

La separación entre teoría y práctica como dimensiones irreconocibles lleva a la repetición mecánica y estéril de las ideas de otros o aún de las propias en la actividad docente. El proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula no se ha podido vincular por completo, el problema de la separación entre teoría y práctica es constante.

3) La ambición conexionista de las currículas manifiesta una actitud voluntarista y caprichosa de la concepción académica. Los estudios de comunicación tienen dos grandes manifestaciones: los medios masivos con sus respectivos lenguajes y la comunicación interpersonal.

Por otro lado también se ha pretendido conectar varias disciplinas: filosofía, sociología, psicología, estudios culturales, antropología, entre otras; pasando por la semiótica, pedagogía e informática; todo en un sólo paquete que pretende formar el "comunicador integral", propuesta hecha

por CIESPAL, pero además dicho profesional debe poseer una actitud crítica, junto con su compromiso social capaz de entender e interpretar una perspectiva histórica, capaz también de desenvolverse como técnico, analista y productor de mensajes. Si a esto le anexamos la posibilidad de que sepa tomar fotos, tocar algún instrumento o es dueño de un capital cultural que le permite sonreír bonito, plantarse frente a las cámaras y leer noticias, entonces se convertirá en un "modelo", para muchos estudiantes de comunicación.

4) Por último se encuentra la visión reduccionista del campo profesional de la comunicación, que pretende designar como único mercado laboral el de los medios masivos.

Según Prieto Castillo, en las escuelas y facultades de comunicación, persiste el modelo clásico, donde las prácticas comunicativas se reducen a medios masivos, aún cuando se haya intentado redefinir su enfoque; la permanencia de este modelo clásico arroja varias consecuencias para la práctica: (Prieto 1992; p.131)

- 1) Protagonismo institucional; el modelo tradicional de la comunicación acentúa el papel del emisor.
- 2) Reducción de lo comunicacional a los medios, cuando hay otras posibilidades en el contexto cultural.
- 3) Existe una ausencia de reconocimiento del papel de lo comunicacional en las instituciones.
- 4) El campo de la comunicación cada vez es más especializado.
- 5) Al privilegiarse la fuente emisora hay una confianza excesiva en el poder de los mensajes, que incluso tiene muchas veces como fin cambiar conductas.
- 6) La falta de investigación de los públicos receptores deriva en un desconocimiento de sus características.

Es evidente que los profesionales de la comunicación, sufren una falta de identidad, que si bien se sostiene en las instituciones académicas que la plantean a una carrera con múltiples posibilidades de acción, aún no logra reconocimiento social, históricamente su referente son los procesos técnicos y de producción simbólica; las prácticas se unifican en un saber que comprende el dominio de las técnicas simbólicas de procesos informativos y comunicativos.

La enseñanza de la comunicación ha experimentado profundos cambios, ya que su gigantesca acepción tiene un lugar privilegiado. Actualmente algunos medios masivos e instituciones empiezan a emplear a egresados de las carreras de comunicación, en algunos aspectos la institución académica promueve a sus egresados, en algunos otros, que todavía son pocos ya no la hace así, el reto es que la sociedad valore desde la práctica la función del comunicador.

2.2. DEFINICIONES DE PRÁCTICA PROFESIONAL (UAEM, CONEICC, ACATLAN - PERIODISMO)

La profesionalización de las prácticas comunicativas en México es un fenómeno relativamente reciente y escasamente estudiado, no por ello deja de ser importante y significativo, sin embargo no existen teorías o conceptos específicos que se ocupen de Práctica Profesional; hasta el momento las prácticas comunicativas se configuran bajo un sentido meramente instrumental.

Esta parte mostrará el concepto de práctica profesional a partir de las definiciones de algunas universidades y/o instituciones.

Para la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, la práctica profesional es un periodo en el cual los alumnos ponen en práctica sus conocimientos, mientras se encuentran estudiando, para cumplir este fin se creó el área de Formación y Práctica Profesional que tiene la tarea de vincular a los alumnos con el campo laboral de la comunicación.

Hay universidades que toman a la práctica profesional como el trabajo que realizan los alumnos en los talleres; mientras que sólo se preocupan por sus currículas y el perfil que buscan formar, que muchas veces es de corte humanístico o científico-filosófico.

Según Mauricio Andión, la práctica profesional de la comunicación, "es un conjunto de formas de acción política, ideológica y cultural". (Andión, 1990; p.50); por lo mismo la práctica profesional de la comunicación no está socialmente definida.

La Universidad Autónoma del Estado de México, realizó los días 9 y 10 de marzo de 1994, el 1er. simposium de prácticas profesionales de escuelas y facultades de la U.A.E.M., con el fin de unificar criterios y reglamentos

en cuanto a las prácticas profesionales que se realizan en esta institución, entendiéndola como un periodo de aplicación en el campo laboral de los conocimientos adquiridos en el aula.

A continuación se presentan algunas de las definiciones de diferentes Facultades de la U.A.E.M., en donde ya tienen instrumentado su programa de prácticas profesionales:

*** FACULTAD DE DERECHO**

Debido a la escasez de empleos y la gran demanda de estudiantes y pasantes, esta facultad abre la posibilidad de las prácticas profesionales, como un mecanismo encaminado a enlazarlos con diferentes dependencias en donde pueden desplegar sus conocimientos conforme su perfil académico, es necesario que los estudiantes muestren sus habilidades y características con disciplina, honradez, puntualidad y asistencia, mismas que le permitirán competir por un trabajo remunerado en la dependencia en la que se encuentre asignados.

Su principal objetivo es proponer alternativas laborales a los pasantes, desempleados o estudiantes desosos de aplicar sus conocimientos hacia un trabajo afín a su perfil académico.

*** FACULTAD DE GEOGRAFIA**

Para esta facultad las circunstancias económicas, ambientales y culturales que conforman el contexto actual, exigen que la preparación que reciba un estudiante sea completa y apegada a los cambios tecnológicos, científicos y sociales; esta formación debe ser complementada con la experiencia adquirida en el campo laboral a través de las prácticas profesionales.

La vinculación de la Universidad con el sector productivo de bienes y servicios, es una área de vital importancia en la tarea de preparación de recursos humanos. A ella le corresponde la función moderadora de los educandos para la calidad y competitividad.

La facultad de geografía define el concepto de práctica profesional como el período de observación, estudio, investigación o trabajo realizado en un organismo de sector público o privado por un estudiante; éste deberá formar parte del ciclo normal de estudios y ser planeado, organizado y evaluado por la Facultad en coordinación con la institución.

Las prácticas profesionales son:

- a) Un complemento indispensable en la formación profesional de los alumnos, en donde se requiere de la participación directa de organismos públicos o privados, de agentes educativos y retroalimentadores del proceso de enseñanza - aprendizaje.
- b) Un mecanismo destinado a fortalecer, ratificar y reafirmar en la práctica real, los conocimientos, habilidades y aptitudes así como los valores adquiridos por los alumnos en la facultad.

OBJETIVOS DE LAS PRACTICAS PROFESIONALES

Las prácticas profesionales que realizan los alumnos tienen los siguientes objetivos:

- 1.- Contribuir a su formación profesional a través de la aplicación de conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes y valores, en el ambiente laboral.
- 2.- Despertar en los alumnos su interés por el trabajo, sentido de responsabilidad, capacidad de mando, análisis y desarrollo profesional.
- 3.- Contribuir al fortalecimiento de las relaciones entre el alumno y el campo laboral, lo que les permitirá concretarlas en situaciones laborales.

* FACULTAD DE QUIMICA

El objetivo de la práctica profesional en la facultad de química es coadyuvar a que el alumno desarrolle de una manera práctica, sus conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de su preparación académica, orientada básicamente a la extensión y vinculación permanente y sistemática de la universidad con la sociedad.

Las prácticas profesionales incrementan la posibilidad de conseguir trabajo, por la experiencia, los contactos y la seguridad que adquiere el alumno, durante la realización de éstas.

*** FACULTAD DE CIENCIAS DE LA CONDUCTA**

Esta facultad es una de las que tiene la mejor instrumentación de las prácticas profesionales, ya que su finalidad es integrar al alumno con la realidad profesional, de tal forma que tenga la capacidad de trabajar en equipo, cualidad de la que pocos gozan.

*** UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO TOLUCA
U.A.E.M.**

Del 1er. simposium sobre prácticas profesionales de la U.A.E.M. se concretó en el siguiente concepto: las prácticas profesionales son la aplicación que el alumno realizará de sus conocimientos teóricos y prácticos, además de ser un mecanismo destinado a fortalecer, ratificar y reafirmar en la práctica profesional, las habilidades, actitudes y aptitudes así como los valores adquiridos a lo largo de su formación profesional.

Su objetivo principal, es preparar a los alumnos en el uso de métodos básicos que los vinculen a un ámbito laboral acorde a su perfil académico, la práctica profesional es exclusivamente de carácter profesional y no laboral.

*** CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION-
CONEICC**

CONEICC realizó en la Universidad Intercontinental un seminario-taller sobre la "Enseñanza de la comunicación y prácticas profesionales", los días 18,19 y 20 de agosto de 1994; de ahí se concretó en la siguiente definición: Práctica profesional es el trabajo que realiza un estudiante en una organización dentro de los diferentes campos de la comunicación, ya

sea al finalizar sus estudios o durante ellos, pudiendo estar supervisados o no por la Escuela o Facultad.

*** REGLAMENTO DE PRACTICA PROFESIONAL DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA DE LA ENEP ACATLAN**

El reglamento estipulado en 1992 señala como PRACTICA PROFESIONAL las actividades realizadas por un alumno en una institución pública o privada, que le permita la aplicación e integración de los conocimientos teóricos adquiridos en la escuela a las necesidades que exige el campo laboral en materia de comunicación, de tal forma que los concrete en casos específicos, con el fin de contribuir a la formación académica y profesional de los futuros egresados. (Aragón, 1994; p.38)

Las diferentes conceptos del PRACTICA PROFESIONAL, reflejan la preocupación de universidades e instituciones, por complementar la formación teórica-académica ya que ésta, sólo es una parte de la formación que recibe un estudiante, es necesario que este conocimiento se integre a la práctica real en el campo laboral.

De ahí que Raúl Fuentes Navarro, señale que es necesario que los diseños curriculares definan sus propias prácticas profesionales de acuerdo a las necesidades sociales de comunicación y a las condiciones del mercado profesional; conforme a estas bases las curriculas determinan los objetivos, planes, programas, metodología y criterios de evaluación, cuya práctica requiere de la administración de recursos humanos, técnicos, académicos, financieros, políticos, materiales, culturales y pedagógicos además del adecuado equilibrio y aprovechamiento efectivo de todos ellos, con el fin de obtener resultados concretos en la sociedad. (Fuentes, sin A.E. ; p.46)

2.3. LA PRACTICA PROFESIONAL EN LA ENEP ACATLAN

La Práctica Profesional entendida como una instancia que se encargue de vincular al alumno con el realidad laboral mientras estudia, o bien formando parte del plan de estudios como una asignatura, sólo existe en las carreras de Pedagogía y en la de Periodismo y Comunicación Colectiva dentro de la ENEP Acatlán.

2.3.1. ANTECEDENTES

Antes que nuestra licenciatura, la carrera de Pedagogía implementó en su plan de estudios la asignatura de práctica profesional, que cursa durante los semestre 5º, 6º y 7º, el objetivo de esta materia, es ofrecer al alumno un espacio propio para la acción pedagógica que lo acerque a la realidad concreta de su profesión vinculándola con la teoría, esta práctica es coordinada por un grupo de profesores que la asesoran, dirigen y supervisan. El mecanismo de trabajo es el siguiente: el alumno elige una institución de acuerdo a sus intereses, donde realiza una investigación, desarrollando un proyecto en coordinación con la empresa a partir de sus objetivos y necesidades a cubrir.

Como en toda carrera, la ausencia de vinculación entre la academia y la realidad profesional, marca grandes brechas entre teoría y práctica, la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, no es la excepción, y aún cuando algunas de las materias como son los géneros periodísticos informativos y de opinión, o los talleres de las materias de radio y televisión, del actual plan de estudios (plan 1984) cuente con talleres, esto no es suficiente para satisfacer la formación profesional de un estudiante, ya que éstos tan sólo se convierten en un simulacro de lo que realmente sucede en el mercado laboral. además de que la escuela no cuenta con la infraestructura necesaria para realmente representarlo.

Con el fin de contrarrestar esta ausencia el jefe del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva Alejandro Byrd Orozco, decidió crear en 1991 el proyecto piloto de **Formación y Práctica Profesional**, que tendría como fin vincular a los estudiantes de la carrera con la realidad laboral, durante un lapso en el que el alumno se enfrentaría a instituciones en donde aplicaría los conocimientos adquiridos en el aula.

En un principio el programa duraba un mes y correspondía al período intersemestral, pero por el tiempo tan corto la práctica quedaba interrumpida y se convertía tan sólo en una especie de visitas a las diferentes instituciones, que no permitía a los estudiantes adentrarse en los procesos comunicativos de éstas.

A partir de junio de 1993, cuando Daniel Mendoza y Fernando Aragón se convierten en los encargados de coordinar dicha área, consideraron pertinente extenderlo a tres meses con cuatro horas diarias, teniendo la posibilidad de adaptar los tiempos a las necesidades e intereses de las organizaciones.

Así, se estableció que la práctica profesional en la carrera de periodismo, la realizarían opcionalmente los alumnos entre sexto y noveno semestre en diferentes instituciones comunicativas, o bien que utilizaran a la comunicación como vía de agilización de sus actividades, por un período de tres meses.

2.3.2. PRACTICA PROFESIONAL EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA

Formación y Práctica Profesional en la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva es un área creada como un proyecto piloto, cuyo objetivo es vincular la actividad académica con la práctica profesional comunicativa, enfrentando a los alumnos a acciones concretas tanto

laborales como de profesionalización, promoviendo así la interacción entre la academia y el campo laboral.

Desde sus creación se establecieron los objetivos de Formación y Práctica Profesional:

1.- Vincular TEORIA y PRACTICA, además de enfrentar a los estudiantes de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán a fenómenos concretos, tanto laborales como de profesionalización.

2.- Ofrecer al alumno algunas de las posibilidades dentro de un panorama general de las múltiples opciones que brinda el campo profesional de la comunicación; ya que la aplicación de un proyecto específico al interior de una institución como parte de su formación; la comprobación del mismo y el trabajo colectivo, otorgarían al alumno de una visión global de los proceso de comunicación con el fin de apoyar su proceso de titulación; esto a través de posibles temas de investigación, viabilidad de propuestas de trabajo, alternativas de acercamiento al objeto de estudio, etc.

Cursando Práctica Profesional el estudiante adquiere experiencia concreta en materia de investigación.

3.- Contribuir a la definición del perfil profesional del egresado en Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán. (Aragón, 1994;p.9).

A partir de 1991 el área de Formación y Práctica Profesional ha funcionado de la siguiente manera: los responsables del mismo, se encargan de establecer acuerdos para la realización de prácticas profesionales con empresas públicas o privadas dedicadas a la comunicación, o bien que utilicen ésta como vía de agilización de sus actividades. El alumno a través de un proceso selectivo que consiste en cubrir los requisitos académicos (ser alumno regular y cursar entre sexto y noveno semestres de la carrera), administrativos (llenar solicitud) y

presentarse a una entrevista con el responsable de la institución participante; tiene la oportunidad de aplicar e integrar sus conocimientos en trabajos que la institución o empresa le asigne.(Aragón, 1994; p.10)

2.4. ORGANIZACIÓN DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL

El área de Formación y Práctica Profesional, desde sus inicios ha funcionado como un programa piloto, presentándose como una opción para los alumnos interesados en complementar su formación académica; por esta razón carece de estructura formal, es decir no existen actividades delimitadas y conferidas a una persona específica, pero no por ello demerita su funcionamiento; aún cuando es un tanto empírico y a criterio de los coordinadores de esta área, su organización permite que dé servicio a los estudiantes.

2.4.1. OBJETIVO DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL

El objetivo principal del área de Formación y Práctica Profesional es vincular al alumno con la realidad profesional, de tal forma que mientras pone en práctica los conocimientos adquiridos en el aula, reduzca la distancia entre los conocimientos teóricos y la práctica profesional de la comunicación.

La práctica profesional le permite al alumno integrar los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera a las necesidades de la práctica profesional en comunicación, como parte de su formación.

Como parte de los objetivos secundarios que se derivan de esta lógica, se encuentran:

- * La posibilidad de conectar un posible tema de investigación que le sirva para obtener su título;
- * El alumno se beneficia con las relaciones laborales que obtiene al estar en contacto con el campo de trabajo, y en alguno de los casos es un trampolín de acceso para obtener empleo.
- * Mientras vincula la teoría y la práctica, el alumno adquiere la experiencia que al egresar le será necesaria.
- * Contribuye a delimitar el perfil del egresado que forma la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán.
- * Realizando práctica profesional, el alumno se capacita muchas veces en investigación, herramienta básica para llevar a cabo proyectos dentro de las instituciones, y en algunos casos tienen la oportunidad de capacitarse técnicamente en el manejo de los instrumentos tecnológicos que se ocupan en los medios.

2.4.2. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL

Formación y Práctica Profesional es el área de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva que se encarga de vincular a los alumnos con el campo laboral; enfrentándolos a fenómenos concretos, tanto laborales como de profesionalización.

El trabajo del equipo de Práctica Profesional consiste en establecer acuerdos o convenios interinstitucionales para la realización de prácticas profesionales con empresas públicas o privadas dedicadas a la comunicación, o bien que utilicen a ésta como instrumento indispensable en el desarrollo de sus actividades. El alumno a través de un proceso de selección (acordado con los responsables del programa y las empresas participantes) tendrá la oportunidad de aplicar e integrar sus conocimientos en trabajos que la organización les asigne. (Aragón, 1994; P.24)

2.4.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRACTICA PROFESIONAL

Formación y Práctica Profesional, es una área que depende directamente de la Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva, por lo tanto no es compleja, y tampoco tiene una estructura estrictamente definida que divida el trabajo específicamente para cada uno de los integrantes del equipo que lo conforman; está coordinada por profesores de la carrera y se auxilia con la colaboración de prestadores de servicio social.

Así mismo la práctica profesional, tiene las siguientes características:

- se puede realizar en empresas públicas o privadas con las que se tenga algún acuerdo verbal o escrito para la realización de prácticas profesionales.
- la duración de la práctica profesional será de tres meses, cubriendo cuatro horas diarias, de lunes a viernes, ya sea por las mañanas o las tardes, sin embargo esto no es definitivo, se puede adaptar a las necesidades que la empresa o institución requiera, éstas pueden plantear la posibilidad de otro tipo de horario, los fines de semana o sólo 2 ó 3 días entre semana.
- la práctica profesional deberá iniciarse y concluirse en la misma institución en la que el alumno fue asignado.

Para cumplir con los objetivos, se debe fijar entre ambas instancias (escuela e instituciones participantes) las condiciones necesarias para el desarrollo de la práctica profesional y verificar constantemente su buen curso; por ésta razón es indispensable realizar un seguimiento de las prácticas profesionales; a fin de detectar necesidades, carencias, aportaciones al campo laboral comunicativo y determinar el funcionamiento del área de Formación y Práctica Profesional tanto a nivel interno como externo, con el fin de mejorar y fortalecer el servicio que ofrece.

Como parte de sus actividades, Formación y Práctica Profesional debe dar a conocer las opciones con las que cuenta, para ello necesita tener un mecanismo de difusión; por otro lado debe organizar, difundir y promover eventos que demuestren y fortalezcan la necesidad de vincular la teoría con la práctica.

2.4.2.2. ACTIVIDADES QUE DESARROLLA

Empíricamente podemos dividir el trabajo del área de Formación y Práctica Profesional en 6 fases:

1) CONTACTOS CON EMPRESAS

Implica la planeación y selección de nuevas organizaciones a contactar ya sean públicas o privadas, por medio de visitas se establecen acuerdos de prácticas profesionales, ya sea en instituciones y/o empresas informativas o bien que utilicen a la comunicación como instrumento para la realización de actividades.

Parte de la actividad de los contactos con empresas es la formalización de convenios con aquellas empresas con las que ya se tienen acuerdos verbales, para asegurar así, la continuidad de la práctica.

2) ATENCIÓN A ALUMNOS

Comprende las actividades de brindar información a los alumnos interesados en práctica profesional y sus opciones; así como los requisitos para ingresar al programa; entrega y recepción de solicitudes; concertación de citas a practicantes; canalización de alumnos a empresas; elaboración de cartas de presentación y concertación de citas para alumnos, archivo de documentación, elaboración y entrega de constancias.

3) CANALIZACION DE PRACTICANTES A INSTITUCIONES PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DE PRACTICA PROFESIONAL

Consiste en la selección de alumnos para canalizarlos a las diversas empresas y/o instituciones donde se tienen acuerdos para la realización de prácticas profesionales, esto implica tomar en cuenta algunas de las cualidades del estudiante como son: semestre, promedio, cursos tomados, materias no aprobadas, etc.

4) SUPERVISIÓN DE LA PRACTICA PROFESIONAL

El contacto permanente con las empresas con las que trabajamos es indispensable, debido a que se requiere de una supervisión constante, para garantizar a los alumnos una práctica profesional en actividades directamente relacionadas con el campo de la comunicación. Esta supervisión se lleva a cabo a través de llamadas telefónicas a responsables del programa de práctica profesional en las instituciones y a los alumnos practicantes; por otro lado también se realiza una supervisión personal en las empresas y/o instituciones.

5) DIFUSIÓN DEL AREA DE FORMACIÓN Y PRACTICA PROFESIONAL Y SUS OPCIONES

Práctica Profesional como una área de la jefatura del programa de Periodismo y Comunicación Colectiva, tienen la función de dar servicio a los alumnos por lo tanto requiere de una área de difusión, para informar qué es práctica profesional, a qué se dedica, en que consiste así como las opciones para la realización de prácticas profesionales.

Para llevar a cabo la difusión interna de práctica profesional se elabora material como carteles, volantes y folletería; además de la invitación personal a alumnos para que realicen práctica, por otro lado ocasionalmente se realizan eventos para difundir el programa de práctica profesional.

Parte de la difusión es la publicación semanal del boletín informativo "ZOOM IN", cuyo objetivo es difundir las actividades del Formación y Práctica Profesional, sus opciones, y la publicación de eventos e información de interés para la comunidad de la carrera.

6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA PRACTICA PROFESIONAL

La práctica profesional requiere de un seguimiento constante ya que descuidarla implica un desacierto en la formación profesional del estudiante, por ello es necesaria la supervisión y asesoría del alumno, además de una evaluación de las prácticas profesionales.

2.4.3. REGLAMENTO

Aún cuando esta área no está formalizada estrictamente, requiere de un reglamento que dé cierta normatividad y sirva de marco de acción a las prácticas profesionales, en las tres instancias que interfieren en el área de práctica profesional.

2.4.3.1. CONDICIONES DE INGRESO: REQUISITOS, RESPONSABILIDADES, RESTRICCIONES Y SANCIONES PARA ALUMNOS

REQUISITOS PARA HACER PRACTICA PROFESIONAL

- * Ser alumno de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán.
- * Cursar entre 6º y 9º semestres, o bien ser recién egresado de la licenciatura, el tiempo límite para poder participar en el programa será hasta seis meses después de haber concluido la carrera..
- * Ser alumno regular.
- * Tener promedio mínimo de 8.0
- * Llenar solicitud de ingreso en Práctica profesional.

- * Entregar fotocopia del último historial académico.
- * Contar con tiempo libre, mínimo 4 horas diarias.
- * Presentarse a una entrevista previa con el responsable de la práctica profesional al interior de la organización.

Idealmente estos son los requisitos que debe cumplir un practicante, sin embargo hay ocasiones, en que se les da la posibilidad a alumnos de otros semestres de acuerdo a las actividades a realizar; por otro lado el tiempo de duración de la práctica y los horarios se establecen de acuerdo a las necesidades de la institución, y el alumno queda en libertad de acordar con ésta sus horarios.

RESPONSABILIDADES

El alumno deberá:

- * Ser puntual y responsable.
- * Cumplir con las tareas que se le asignen.
- * Cubrir con el tiempo y horarios establecidos, en caso de haber faltado con previo aviso, deberá compensar el tiempo faltante.
- * Asistir el tiempo acordado.
- * Informar periódicamente al área de práctica profesional acerca del desarrollo de la práctica.
- * Al finalizar la práctica deberá entregar un informe en el cual describa las actividades realizadas durante la práctica, éste debe traer el visto bueno del responsable en la institución, a cambio de éste se le entregará una constancia con valor curricular.

RESTRICCIONES

El alumno no podrá:

- * Abandonar la práctica, de hacerlo así será por causas de fuerza mayor y deberá notificar con anticipación al área de práctica profesional.
- * Faltar injustificadamente a la práctica profesional.

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

- * Hacer uso personal de las instalaciones de la empresa en beneficio del alumno.
- * No hacer uso de las instalaciones, equipo y materiales para realizar trabajos personales; al menos que se cuente con un permiso por parte del responsable de práctica profesional en la institución.
- * El alumno no podrá ser contratado por la institución participante, mientras dure la práctica profesional.
- * En caso de no cumplir con lo estipulado en este reglamento, el alumno se hará merecedor a una sanción, que podrá ir desde una amonestación hasta la suspensión definitiva del área de práctica profesional.

SANCIONES

En este rubro existe un problema, como la práctica no es obligatoria, por lo tanto no hay créditos ni calificación de por medio que garantice el buen término de la práctica profesional. De alguna manera la única sanción, en caso de abandonar la práctica profesional injustificadamente, es no dar oportunidad al alumno prioritariamente para el ingreso a otra práctica profesional.

2.4.3.2. CONDICIONES DE INGRESO, RESPONSABILIDADES, RESTRICCIONES PARA LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES.

Las empresas y/o instituciones que participen en el área de Formación y Práctica Profesional deben de tener las siguientes características:

- 1) Ser empresas en donde su trabajo sea la labor informativa y/o comunicativa.
- 2) De no cumplir el punto anterior deben ser empresas donde utilicen a la comunicación como instrumento fundamental en el desarrollo de sus actividades.
- 3) Pueden ser empresas públicas o privadas.

RESPONSABILIDADES

* Fijar conjuntamente con el responsable de Práctica Profesional, las condiciones bajo las cuales se desarrollará la práctica. Aquí se precisarán los objetivos generales del programa; el área de trabajo, departamento proyecto en que participarán los alumnos; número de participantes requeridos; fechas de inicio y término, horario, y responsable al interior de la organización.

* La empresa tendrá la oportunidad (si así lo desea) de entrevistar previamente a los candidatos, para elegir de entre ellos a los practicantes que requiera, o bien solicitar un perfil en especial al área de práctica quien se encargará de la selección.

* Deberá asignarles a los alumnos desde el inicio de la práctica profesional las tareas acordadas con la escuela.

* Respetar el tiempo y horario de la práctica.

* Brindar las condiciones de higiene, seguridad, espacio y un ambiente favorable a los practicantes.

* Notificar al área de Formación y Práctica Profesional cualquier problema con el alumno

* Proveer al alumno de los materiales e instrumentos indispensables para la ejecución de las tareas asignadas, asimismo, se les dará las indicaciones o capacitación necesarias para la ejecución de su trabajo.

* Dar el visto bueno al informe de actividades del alumno, una vez concluida satisfactoriamente su práctica profesional.

Queda abierta la posibilidad para la empresa de:

* Brindar una ayuda económica para transporte y/o comida.

* Darle servicio médico en caso de enfermedad o accidente ocurrido durante la realización de su trabajo.

* Invitar al alumno a cursos, seminarios, talleres, conferencias o cualquier otro evento que contribuya a su formación académica y profesional.

RESTRICCIONES

- * La empresa no podrá forzar al alumno a trabajar más del tiempo y horario acordados, pero si puede modificarlos siempre y cuando el estudiante esté de acuerdo y haya sido notificado a la escuela
- * No podrá cambiar sin previo aviso y aceptación de la escuela, las funciones asignadas al practicante.
- * No podrá suspender la práctica antes del tiempo acordado, a menos que el alumno y la escuela no cumpla con lo señalado en este reglamento o acuerdo específicos.
- * En caso de no cumplir con las condiciones acordadas y/o lo estipulado , se podrá suspender el convenio con la empresa.

2.4.3.3. RESPONSABILIDADES Y RESTRICCIONES DE LA ESCUELA

RESPONSABILIDADES

- * Establecer acuerdos permanentemente con instituciones y empresas, ya sean públicas o privadas para la realización de prácticas profesionales.
- * Fijar por escrito las condiciones bajo las cuales se desarrollará la práctica profesional.
- * Auxiliar al alumno en cualquier problema relacionado con la práctica profesional.
- * Entregar constancia de participación al alumno que haya concluido satisfactoriamente una práctica profesional.
- * Mantener el contacto con las organizaciones participantes para la continuación del programa; asimismo intercambiar con ellas la información necesaria para el desarrollo de un trabajo conjunto.
- * Servir de enlace en el establecimiento de convenios interinstitucionales, en el caso de que ambas partes se interesen en darle continuidad y permanencia al programa.

- * Dar continuidad a los convenios realizados.
- * Difundir y promover el área de Formación y Práctica Profesional con los alumnos de la carrera, motivando la participación en el mismo.
- * Organizar eventos que fortalezcan la necesidad de vincular la teoría con la práctica.
- * Difundir entre la comunidad de Periodismo y Comunicación Colectiva las opciones para la realización de prácticas profesionales, así como las características de las mismas.
- * El responsable de Práctica Profesional será quien decida sobre el tipo de sanción en caso de haber incumplimiento por parte del alumno o la institución participante.
- * Informar a la jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva los avances del área de Práctica Profesional.

RESTRICCIONES

- * Una vez notificada al alumno su aceptación en el programa no podrá negársele el acceso, a menos que no haya cumplido con algún requisito o que la empresa suspenda la práctica.
 - * No podrá negar la constancia de participación en práctica profesional a quien demuestre haber cumplido con la instancia y con los trámites escolares correspondientes.
- (Aragón, 1994)

3. PERFIL ACTUAL DE LOS ACTORES QUE PARTICIPAN EN EL AREA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL

Para tratar el punto de los actores que participan en el área de Formación y Práctica Profesional es necesario abordarlo desde dos perspectivas, los alumnos de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán y las instituciones con las que se tienen convenios formales (es decir escritos y firmados) o verbales, para la realización de prácticas profesionales por ello es necesario ofrecer una perspectiva general de las características de ambas partes.

3.1. PERFIL DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA DE LA ENEP ACATLÁN

Antes de definir las características precisas de los alumnos de nuestra carrera, se presentaran algunas generalidades de los estudiantes de comunicación.

3.1.1. GENERALIDADES DEL ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN

El perfil del estudiante y egresado de comunicación, es una definición complicada ya que en ella convergen una gama de necesidades comunicacionales de la sociedad que deben ser atendidas profesionalmente, además debe contemplar los cambios y tendencias del mercado de trabajo; con base en estos factores las instituciones determinan y jerarquizan sus intereses y valores, con lo que fundamentan los diseños curriculares, "que se apoyan en el marco ideológico - valoral del ejercicio profesional descable y en un

conjunto sistematizado de postulados teóricos hacia un objeto de la carrera". (Fuentes, sin.A.E.; p.38)

En general los medios masivos y sus procesos técnicos son el principal referente de la identidad del profesional en comunicación, por esta razón, las prácticas se unifican en un saber que comprende el dominio de las técnicas de procesos informativos y comunicativos, esto no significa que su campo de acción se agote en los medios masivos, existe una gama de posibilidades en la sociedad, campo poco explorado y emergente.

Las carreras de comunicación se caracterizan por la indefinición que existe tanto en su objeto de estudio como en su campo de trabajo, lo que también ocasiona una falta de identidad precisa de quiénes son sus estudiantes y egresados; fijar límites de sus acciones es reducir todas sus posibilidades de acción comunicativa y social; sin embargo de acuerdo a la formación académica que recibe, se intenta definir las características que debe cubrir un estudiante de comunicación.

Según una encuesta realizada por Hernández y Barrera publicada en la Revista Mexicana de Comunicación en mayo y junio de 1990, IV Encuesta RMC, "Hacia dónde van los estudiantes de comunicación"; el perfil de los estudiantes de comunicación corresponde al de un joven entre los 18 y 23 años proveniente de las diversas clases medias urbanas y metropolitanas; se trata de un grupo social inmerso en el mercado de bienes simbólicos que reproduce la cultura de masas, y que fomenta el desarrollo de esta cultura cotidiana, es decir "la expresión más inclusiva que ha alcanzado hasta el presente el desarrollo de un mercado de mensajes". (Andión, 1991; p.58)

Los estudiantes de comunicación ingresan a este campo desde su posición y condición social, es decir, desde el grupo social al que pertenecen, el de jóvenes urbanos expuestos al consumo intensivo de formas culturales masivas.

El riesgo que corren es el de quedarse atrapados en esta dimensión del mundo social, de tal forma que sólo cumplan con su papel instrumental de consumidores de las formas culturales transmitidas por los medios y en consecuencia participan en la reproducción y consumo de estos bienes simbólicos.

Según Mauricio Andión, son jóvenes que han crecido en las ciudades y buscan ansiosamente un canal de expresión; y las escuelas superiores de comunicación aparecen como el medio para alcanzar sus sueños adolescentes. Muchos de ellos aspiran a ser famosos y llegar a adquirir prestigio y posición social. Es posible que existan también quienes hayan asumido una postura crítica frente a la cultura de masas aunque muy probablemente sean los menos. (Andión, 1991; p.58).

Para definir un perfil del profesional de la comunicación, es necesario tomar en cuenta los requerimientos de la sociedad, qué tipo de periodista y/o comunicador se necesita, cuál es su perfil humano y profesional, qué conocimientos necesita aprender, cómo se debe concebir su proceso de enseñanza-aprendizaje; paradójicamente a este razonamiento, uno de los problemas que han encontrado instancias como CONEICC es que el ámbito académico y el laboral van por caminos diferentes y su posible encuentro y articulación es lejano.

En torno al perfil del comunicador, Alejandro Guillier considera que dicho profesional debe contar con un talento integrador, para que sea capaz de distinguir la información que hay detrás de los sucesos, que sepa apreciar cuáles son los datos claves para entender

un proceso comunicativo. El periodista y el comunicador necesitan cultivar un estilo intelectual, integral, sólido, comprensivo, analítico e integrador a la vez, debe contar con capacidad mental para integrar mundos fragmentados, datos dispersos o diversos. (Guillier, 1992; p.68)

Este profesional debe contar con INTUICION, para observar y comparar sucesos, debe cultivar la capacidad de EXPRESAR en términos sencillos nociones complejas; debe ser COMPASIVO para colocar las cosas en esquemas comprensibles, sin perder de vista a todos los tipos de públicos; y por último debe ser TRABAJADOR para apoyar las intuiciones en hechos.

La tarea del periodista es sentar una nueva filosofía informativa que se sustente en la propuesta de Juan Antonio Giner:

Un periodismo que contemple sus tendencias a largo plazo, que valore el por qué, cómo y cuándo; que informe la verdad de los acontecimientos y no se limite al exponer las diferentes versiones; debe ser un periodismo autónomo de las fuentes, recurre a ellas para buscar datos claves que demanda el público; ser un periodismo humano que se preocupe por el hombre de la calle, abordar las cuestiones esenciales; para aportar perspectiva, exactitud, pulcritud y consistencia; un periodismo ético que evalúa la validez y la confiabilidad de la información; debe atreverse a abordar temas complejos, con una cultura investigadora que va a la esencia de los hechos.

El periodista en particular y el comunicador en general, debe dominar el proceso completo que va de la elaboración del proyecto de su realización, gestión y comercialización. (Guillier, 1992; p.68)

En este sentido el principal aspecto de este perfil del trabajo del profesional de la comunicación, es en los medios masivos, sin tomar en cuenta la gama de posibilidades sociales en donde se puede insertar su actividad.

Otro de los principales problemas de nuestra carrera, es la dificultad para articular la realidad ocupacional del mercado con la academia, es decir la vinculación entre asignaturas de carácter teórico y práctico, qué perfil deben tener los egresados, qué papel cumplir para promover nuevas formas profesionales, hasta qué punto y con qué rostro debe ser concebida la especificidad de la comunicación.

El profesional de la comunicación, debe contar con una formación teórica, así como técnica, además de procurar el desarrollo de las habilidades necesarias para su acción.

Debido al desajuste entre la academia y la realidad laboral se deriva una doble naturaleza en materia de comunicación; el perfil profesional que demanda el campo laboral, no corresponde al que determina la academia, ya que no especifica sus tendencias y en general se limitan al fenómeno de operador.

3.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS ALUMNOS DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA DE LA ENEP ACATLÁN (PLANES DE ESTUDIO)

Para abordar el tema de las características de los alumnos de nuestra carrera se presentarán los perfiles de los diferentes planes de estudio que han funcionado en la ENEP Acatlán.

El plan de estudios de 1976 al igual que el de 1983 planteaban las características vocacionales de los estudiantes y los perfiles profesionales ideales.

CARACTERÍSTICAS VOCACIONALES	
PLAN 1976	PLAN 1983
El alumno deberá tener:	El alumno deberá tener:
1) Facilidades para el manejo, la comprensión y el análisis de los sucesos.	1) Interés en los acontecimientos de su época;
2) Capacidad de sistematización que le permita la asociación y estructuración de datos aislados para lograr un material informativo organizado.	2)Facilidad para la investigación, la comparación y el análisis;
3) Capacidad para el uso apropiado del lenguaje	3) Capacidad para estructurar datos aislados.
4) Facilidad para expresarse correctamente por escrito, ya que el adecuado uso del idioma será el principal instrumento de su trabajo.	4) Gusto por la lectura cotidiana de diarios, revistas, libros; y gusto por mantener contacto permanente con todos los medios de difusión colectiva.
5) Destreza y habilidad para organizar el trabajo de varias personas	5) Profundizar el conocimiento de la gramática, para expresarse correctamente de forma oral y escrito.
6) Capacidad para actuar bajo la presión de tiempo ya que las condiciones son apremiantes,	6) Capacidad para actuar bajo presión de tiempo y para adaptarse a circunstancias adversas.
7) Habilidad para obtener, organizar y comunicar datos antes de que pierda actualidad.	7) Capacidad para desarrollar un trabajo rápido y organizado para recopilar datos y transmitirlos con eficiencia y oportunidad.

CARACTERISTICAS VOCACIONALES

En el plan de estudios de 1976, las características vocacionales deseables en el estudiante de comunicación se enfocan totalmente al ejercicio profesional en los medios masivos con el fin de manejar y difundir información; para el plan de 1983, prevalece el enfoque hacia el ejercicio profesional en los medios masivos y a la formación para la correcta expresión de ideas tanto en la forma oral y la escrita, sólo se hace una mención mínima hacia la investigación pero con el fin de obtener datos para informar.

PERFIL PROFESIONAL	
PLAN 1976	PLAN 1983
<p>El profesional estará capacitado para:</p> <p>1) Producir y emitir mensajes a través de los medios de comunicación</p> <p>2) Analizar los mensajes y los medios.</p> <p>3) Conocer el sentido y significación de los mensajes y de los medios, como procesos y estructuras de socialización.</p> <p>4) Organizar, dirigir y analizar la producción y emisión de mensajes y medios.</p>	<p>El profesional estará capacitado para:</p> <p>1) Valorar los procesos de la comunicación.</p> <p>2) Analizar en forma sistemática y permanente las diversas teorías de la comunicación, así como las circunstancias sociales en que éstas se producen y aplican.</p> <p>3) Analizar los acontecimientos sociales cotidianos con el fin de darlos a conocer dentro del contexto histórico y social de México.</p> <p>4) Asumir una postura crítica en la elaboración de mensajes, pasando por encima de las limitaciones que</p>

<p>5) Indagar los hechos, establecer su importancia social, y comunicarlos al público, desde la perspectiva de su preparación profesional.</p>	<p>tratan de imponerle, en lo personal o en lo institucional, quienes detentan el poder económico o político.</p>
<p>6) Como responsable de oficinas de prensa o de relaciones públicas, proveer de informes a los medios, que a su vez los difunden</p>	<p>5) Examinar desde su perspectiva los mensajes y los medios de comunicación como estructuras económicas, políticas y sociales.</p>
<p>7) Como productor y emisor de mensajes, los comunica por medio de agencias informativas, diarios y revistas, libros sobre la actualidad, radio, cine y televisión.</p>	<p>6) Como productor y emisor de mensajes, establece la importancia social de los mismos y los comunica al público a través de diarios y revistas, agencias informativas, libros, películas, radio y televisión.</p>
<p>8) Como analista de los hechos, busca descifrar sus significados sociales, procurando ubicarlos en el contexto del tiempo y de la comunidad, les atribuye un valor social y los califica.</p>	<p>7) Posee la formación necesaria para la investigación y podrá iniciar su desarrollo como docente.</p>
	<p>8) Ejercer otras actividades dentro de la comunicación colectiva, como publicidad, propaganda y relaciones públicas.</p>
	<p>9) Participar en la planeación, organización y dirección de instituciones de comunicación colectiva.</p>
	<p>10) Ya que cuenta con un conocimiento suficiente de la lengua, esto le permitirá expresarse con propiedad, claridad y precisión.</p>

PERFIL PROFESIONAL

El enfoque del plan de estudios de 1976 se encauza a la producción y análisis de mensajes a través de los medios masivos y aunque se toma en cuenta el ejercicio profesional en oficinas de prensa, de relaciones públicas o su labor en agencias informativas, se busca que su desempeño se dirija principalmente a rendir informes a los medios masivos, todo es mensaje y medios.

En el plan de 1983 el espectro se abre un poco, ya que hay una mención a la formación como docente y al ejercicio profesional en la publicidad, la propaganda y las relaciones públicas; aún así predomina el enfoque hacia el ejercicio profesional en los medios masivos así como su análisis.

CAMPO DE TRABAJO	
PLAN 1976	PLAN 1983
1) Medios informativos como diarios, revistas, noticieros radiofónicos, de televisión y de cine;	1) Diarios y revistas,
2) Agencias informativas nacionales e internacionales, tanto del sector público como del privado;	2) Radiodifusoras, canales de televisión, organismos cinematográficos;
3) Agencias de publicidad y propaganda;	3) Agencias informativas nacionales e internacionales;
4) Oficinas de prensa y propaganda de los partidos políticos y de los sindicatos,	4) Agencias de publicidad y propaganda;
	5) Editoras de libros;
	6) Oficinas de prensa y propaganda de organismos públicos, de partidos

5) Agregados de prensa del servicio exterior.	políticos, de sindicatos y de empresas de la iniciativa privada;
6) Actividades de redactor, articulista, corrector de estilo, editor, asesor, etc.	7) Centros de enseñanza superior; instituciones de investigación;
7) Docencia e investigación de los centros de enseñanza superior.	8) Actividades de reportero, redactor, articulista, corrector de estilo, editor, asesor,
	9) Conductor de programas de radio y televisión, guionista, investigador, analista de textos, agregado de prensa, comentarista, corresponsal, publicista, agente de relaciones públicas, profesor, etc.

CAMPO DE TRABAJO

En este rubro ambos planes de estudio contemplan el ejercicio profesional en los medios masivos, incluso señalan como primera opción los diarios, revistas, radio, televisión y cine, por otro lado se incluye el ejercicio profesional en las agencias informativas, agencias de publicidad y propaganda, oficinas de prensa.

Las actividades principales que desempeña un profesional de la comunicación son las de redactor, articulista corrector de estilo, editor, conductor de programas de radio y televisión en general la actividad en los medios masivos, por lo que tampoco se contemplan sus posibilidades de acción en otros campos.

En los planes de estudio de 1976 y 1983 su enfoque principal es hacia los medios masivos, en las tres perspectivas que abordan: características vocacionales, perfil profesional y campo de trabajo es

ausente la mirada hacia otros campos sociales en donde la comunicación es parte de la vida cotidiana, es sólo hasta el plan de 1983, cuando se toman en cuenta áreas como la publicidad, propaganda y relaciones públicas como posible campo de acción del ejercicio profesional de la comunicación.

Parte del trabajo para el proyecto de modificación y cambio de nombre del plan de estudios de la licenciatura en comunicación, plan 1996, fue la evaluación del plan vigente, en donde se realizó una revisión de aspectos tales como: la situación del campo laboral y profesional; análisis del currículo formal y vivido; y de planes de estudio de instituciones de educación superior con licenciaturas afines.

NECESIDADES ACADÉMICAS Y SOCIOECONÓMICAS DE LA CARRERA.

Con base en un diagnóstico de las necesidades académicas y socioeconómicas, se realizó una serie de consideraciones para el plan de estudios de 1996; en éste se plantea que el área de conocimientos que refiere y trata la comunicación, definiéndola como:

"La reunión de conocimientos sistemáticos sobre el conjunto de interacciones que realizan los agentes culturales y sociales para intercambiar expresiones, haciendo uso de criterios e instrumentos para transportar tanto representaciones como visiones y modelos del mundo." (Plan de estudios de la licenciatura en comunicación, 1996; p.290)

En torno a la situación del campo laboral y profesional, se encontró que están regidos por la complejidad social y el desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la comunicación, su composición tiende a una alta diferenciación y especialización, por lo que existen una gran variedad de éstas.

Parte de esta evaluación, consistió en el análisis de la currícula en dos vertientes (según Glazman e Ibarrola): el formal contempla la trayectoria académica que debe tener un alumno cursando las materias contenidas en el Plan de Estudios; y el vivido se refiere a las estrategias cotidianas que los alumnos y maestros siguen cuando cursan o imparten las materias del Plan de Estudios.

De acuerdo al currículo formal y según las definiciones ofrecidas por Fuentes Navarro y Carlos Luna, el análisis detallado de una currícula de carrera, debe centrarse en esclarecer el qué, cómo y hacia dónde se dirige la formación del estudiante. La carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán es, por el volumen de estudiantes que atiende, la sexta más grande del país. (Plan de estudios de la licenciatura en comunicación, 1996; p.310) En torno al CURRÍCULO FORMAL, a través de los diferentes planes de estudio, nuestra licenciatura ha sido definida como una carrera con énfasis a la formación técnico-práctica, con diferentes grados de especialización, principalmente hacia los medios masivos, y en segunda instancia se plantean otras opciones como la publicidad, propaganda, relaciones públicas, la investigación, docencia, entre otras.

Por otro lado, en cuanto al CURRÍCULO VIVIDO, de acuerdo a una encuesta realizada en la ENEP Acatlán, los estudiantes de carrera dependen económicamente del apoyo familiar, un tercio trabaja y la mitad de éstos labora en algo que no tiene relación con la carrera. Acerca de la carrera la relatan como experiencias agradables y manifiestan satisfacciones en el estudio de la preespecialidad y consideran que su rendimiento es mayor, a mediados y a fines de cada semestre. Con respecto al ambiente de la carrera la relación profesor-alumno, se considera importante para el rendimiento escolar; por otro lado no es muy acostumbrada la asistencia a conferencias ni a cursos extracurriculares que apoyen su desarrollo personal; también se menciona que el óptimo desempeño

escolar depende de los profesores, del interés personal y del gusto por la materia. Por lo que se refiere a condiciones de estudio, la mayoría de los encuestados estudian en su recámara, a solas, en un ambiente que califican como bueno, por automotivación y sin recurrir a la memorización como técnica de estudio: Utilizan mucho los apuntes y los resúmenes de clase y más de la mitad declaran preparar los exámenes con un día de anticipación. (Plan de estudios, 1996; p.316-317)

En función de los datos obtenidos de la encuesta sobre el currículo vivido, es necesario promover materias y preespecialidades que formen al estudiante con las habilidades adecuadas para ingresar al mercado profesional, ya que cerca de la mitad del alumnado tiene la necesidad de trabajar mientras estudia.

El currículo debe contener materias que ofrezcan más oportunidades y apoyen la iniciativa y desarrollo personal de sus estudiantes, así como promover la asistencia a eventos extracurriculares.

De acuerdo a la currícula planteada en el plan de estudios de 1996, se pretende formar profesionales de la comunicación que sean capaces de abordar con rigor científico los problemas de comunicación del país. Es necesario ofrecer una propuesta curricular que incorpore los saberes contemporáneos de la comunicación a la formación de comunicólogos, para que sean capaces de diagnosticar, evaluar y operar procesos comunicativos en los ámbitos social y cultural. (Plan de estudios, 1996; p.325)

PERFIL DEL ESTUDIANTE Y EGRESADO PROPUESTO EN EL PROYECTO DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN 1996.

El egresado de la licenciatura de comunicación tendrá la capacidad para desempeñarse en las áreas de periodismo escrito, medios

electrónicos, comunicación organizacional e investigación y docencia, para lo cual contará con una sólida formación ética, teórica, metodológica y técnica, caracterizada por su compromiso con la preservación de la cultura y el medio ambiente así como la garantía y defensa de los derechos humanos en la práctica social de la comunicación. (Plan de estudios, 1996; p.341)

Con base en estos lineamientos una vez terminada la carrera, el egresado tendrá la capacidad de desenvolverse en 4 específicos campos de acción, en donde además de contar con la formación académica necesaria, será un individuo comprometido con su que hacer en y para la sociedad.

De acuerdo a este perfil, el estudiante contará con las siguientes características: (Plan de estudios, 1996; p.343)

CONOCIMIENTOS: recibirá una formación científico-técnica, humanística, creativa, democrática y universal, inter y multidisciplinaria.

APTITUDES: desarrollará la capacidad para participar eficaz y eficiente en la solución de problemas propios de su disciplina y en la transformación de distintos procesos comunicativos y sociales.

HABILIDADES: podrá incorporar y articular permanentemente, los avances científico-tecnológicos con las necesidades sociales de comunicación presentes y futuras; deberá contar con disposición y capacidad para incorporarse a equipos de trabajo con profesionales de otras disciplinas.

ACTITUDES: Será reflexivo sobre las repercusiones de sus ejercicio profesional: capaz de asumir responsabilidades y compromisos sociales propios de su práctica; desarrollará una actitud crítica,

plural, comprometida y propositiva; será abierto a las aportaciones y propuestas de otros ámbitos de la actividad científica o profesional.

Además de las características anteriores, y de acuerdo a las cuatro áreas de conocimiento (Teórica, metodológica, técnico-instrumental y contextual), el egresado de esta licenciatura estará capacitado para: (Plan de estudios, 1996, 344)

- 1) Analizar y aplicar críticamente los conocimientos acerca de las principales teorías y corrientes de la comunicación.
- 2) Investigar los fenómenos de la comunicación y proponer alternativas viables para su mejoramiento.
- 3) Diseñar, producir, evaluar y emitir mensajes, con distintas intencionalidades, a través de diversos medios de comunicación;
- 4) Podrá observar, analizar, interpretar y comunicar oportunamente, los sucesos de la realidad a diferentes tipos de público.
- 5) Efectuar exámenes rigurosos de los factores sociales; político, económicos, legales, ideológicos, históricos y culturales, que influyen y repercuten en las prácticas comunicativas.

De acuerdo a los conocimientos adquiridos en el ciclo básico de esta licenciatura, el egresado conocerá los fundamentos del saber comunicativo que son indispensables para su desempeño profesional en cualquiera de las prácticas de la comunicación.

En cuanto al ciclo de preespecialidad, hay cuatro alternativas: Comunicación, Organizacional, Investigación y Docencia, Medios electrónicos y Periodismo escrito, en cada una obtendrá los conocimientos propios del área además de contar con un semestre en donde se contempla como asignatura la PRACTICA PROFESIONAL, es ahí donde se pondrán en juego todos los conocimientos y habilidades obtenidas para solucionar problemas concretos de comunicación, vinculará la teoría y la práctica.

TIPO DE EGRESADO QUE PRETENDE FORMAR:

Es evidente que las necesidades sociales de comunicación no están cubiertas, hay una serie de vacíos teóricos y metodológicos urgentes de llenar; por ello es necesaria una oferta curricular que, en torno a la investigación de los fenómenos de comunicación en México, que vincule explicaciones teóricas, metodológicas y técnicas tomando en cuenta los aportes de las ciencias físicas, biológicas, del comportamiento y de las ciencias sociales y de la cultura, y busque explicaciones que puedan contribuir a la comprensión de las relaciones entre el orden social y cultural.

El ajuste curricular de la licenciatura a las condiciones actuales, hace indispensable que la modificación del Plan de Estudios que se propone, se oriente a llenar esos espacios, formando profesionales que con bases científicas para que analicen, propongan y operen procesos comunicativos en cualquier ámbito social o cultural y que con una conciencia informada y crítica busquen solución a los problemas comunicativos con apego a la ética y al compromiso social. (Plan de estudios, 1996; p.300)

Es necesario que la ENEP Acatlán, adapte sus perfiles a las necesidades del país, la sociedad exige comunicadores aptos para solucionar problemas concretos y cada vez más especializados en prácticas específicas, requiere que cuenten con una sólida formación académica; ya que el contexto exige científicos sociales que desde el saber comunicativo aporten explicaciones útiles y adecuadas a la dinámica social, es decir que desde la teoría propongan soluciones a problemas concretos.

Por otro lado, también es importante formar comunicadores que tengan una visión inter y multidisciplinaria, que les permita estar abiertos a las aportaciones o propuestas de otros ámbitos de la actividad científica e integrarse a equipo interdisciplinarios de

trabajo que enriquezcan y sean enriquecidos por los saberes comunicativos.

CARACTERISTICAS LABORALES DEL EGRESADO

Actualmente el campo laboral y profesional de la comunicación se ha transformado, el mercado periodístico ha cambiado conforme al surgimiento de las nuevas tecnologías por otro lado otros están en emergencia como la comunicación organizacional y la auditoría comunicativa, la necesidad creciente de prácticas como la investigación y la docencia, y cierta tendencia a redefinir algunas prácticas en los ámbitos de las relaciones públicas, la publicidad y la propaganda. (Plan de estudios, 1996; p.301)

De este modo, los egresados de dicho plan obtendrán, durante el ciclo básico, una sólida formación teórico-metodológica, ética y crítica que les permitirá conocer, investigar, conceptualizar y diagnosticar fenómenos y procesos comunicativos socio-culturales y de otras índoles, además de que tendrán un acercamiento a las técnicas y prácticas comunicativas, como la expresión escrita, la producción en radio y televisión, además de adentrarse a la investigación contarán con la oportunidad de conocer las prácticas profesionales de área específicas.

El proyecto de cambio del plan de estudios además de contemplar el ejercicio profesional en los medios masivos, pretende incluir una renovación en su campo, virando el enfoque hacia los campo sociales y culturales en donde la acción comunicativa tiene mucho que ofrecer.

3.1.3. ESTADÍSTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA: PREESPECIALIDAD, SEMESTRE, TURNO Y MATERIAS REPROBADAS

Además de las características de los alumnos marcadas en los perfiles de los diferentes planes de estudio, actualmente los alumnos de nuestra carrera se encuentran definidos y repartidos de la siguiente manera:

Al semestre 97-II, el número de estudiantes de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán, asciende a **1250** alumnos repartidos en 2º semestre con un 26.7%, en 4º semestre con un 26.0%, 6º semestre con 25.0% y en 8º semestre un 22%, de este último dividido entre las cuatro preespecialidades los números quedan así: Investigación y Docencia un 5.3%, Periodismo escrito 22.4%, Comunicación Persuasiva 31.6% y en Periodismo electrónico 40.5%.

En el cuanto a los turnos; el 52.9 % está en el matutino, y el 46.8 % en el vespertino.

SEM.	Porc.	PREESPECIALIDAD	Porc.	TURNO	Porc.
2º	26.7%	Investig. y Docencia	5.3%	Matutino	52.9%
4º	26.0%	Periodismo escrito	22.4%	Vespertino	46.8%
6º	25.0%	Com. Persuasiva	31.6%		
8º	22.0%	Periodismo electrónico	40.5%		
TOTAL	99.7%		99.8%		99.7%

El número de alumnos por semestre revela que se encuentran repartidos casi equitativamente y de forma lógica, ya que el porcentaje más alto se encuentra en los alumnos de 2º semestre y descendi conforme avanzan en la carrera, sin embargo al analizar los números de las preespecialidades en 8º semestre encontramos

que el porcentaje más alto se encuentra en periodismo electrónico, esto concuerda con las tesis planteadas anteriormente por diferentes autores, que manifiesta que muchas veces el "glamour y prestigio" de los medios es uno de los principales motivos para estudiar comunicación.

En este sentido uno de los problemas que aquejan a nuestra carrera es el hecho que en diferentes generaciones la preespecialidad de periodismo electrónico concentra casi a la mitad de ellas; hay que tomar en cuenta que en este rubro el desencanto es mayor por dos cuestiones; por un lado el ingreso a los medios masivos, radio y televisión, es muy restringido y por otro aquellos que logran ingresar, se enfrentan a la existencia de un enorme avance tecnológico, de tal forma que se dan cuenta que la capacitación técnica que adquirieron en la escuela es insuficiente.

Por otra parte, en cuanto a las áreas críticas de la licenciatura encontramos especificadas 3: Reprobación, Titulación y Educación Continua, consideradas así por ser áreas que se conforman como problemas básicos en el desarrollo de la carrera, por lo tanto tienen que ser atendidas de forma prioritaria. (Delgado, 1997; p.5)

Para el tema que nos ocupa, las características generales de los alumnos de nuestra carrera, se tratará con mayor detenimiento el tema de la reprobación ya que las otras dos áreas críticas, titulación y educación continua, son áreas que más bien manifiestan problemas posteriores al término de la licenciatura.

En el rubro de la reprobación, encontramos que ésta se define como un índice que ayuda a medir el grado de eficiencia en la educación, da a conocer el nivel que existe y en consecuencia los ámbitos en los que hay que actuar, de tal forma se identifica como un indicador de la situación del proceso enseñanza-aprendizaje.

Las causas de este problema son múltiples, entre las más representativas están:

- Deficiencias en la estructura académica o de aprendizaje, puede ser incluso en ambas.

- Carencias en las condiciones de la educación media en nuestro país.

- La crisis educativa por la que atraviesa México.

- Y otras como: conflictos respecto a honorarios, profesores, recursos económicos, circunstancias familiares. (Delgado, 1997; p.6).

Hasta el momento la alternativa que existen para solucionar el problema de la reprobación, es recursamiento o realización del examen extraordinario.

De acuerdo a la investigación realizada "cuadro de índice de reprobación por semestre" se examinó una muestra de 128 materias distribuidas en 523 grupos entre 1º y 6º semestre de la licenciatura durante 5 ciclos escolares: 94-I, 94-II, 95-I, 95-II y 96-I en los turnos matutino y vespertino, los resultados fueron los siguientes, con el fin de ordenarlos se dividieron en 4 áreas:

1) Teórica: aquellas materias que brindan al alumno una serie de reglas y principios base de la ciencia.

2) Práctica: Comprende las asignaturas que además de brindar un soporte teórico, permiten al alumno obtener y poner en acción ciertas habilidades.

3) Contextual: son las materias que proporcionan conocimientos generales auxiliares al quehacer comunicativo.

4) Matemática: conformada únicamente por dos materias que son Introducción a las matemáticas y Estadística descriptiva, se considera una área debido a que éstas, son las que representan los mayores índices de reprobación. (Delgado, 1997; p.8)

Las materias que se considera tiene el más alto índice de reprobación, son las que rebasan el 20%.

Con base en los datos obtenidos y en la clasificación propuesta, la materia con índice más bajo de reprobación fue "Métodos de investigación en comunicación colectiva " de 6° semestre, turno matutino en el ciclo 94-II; mientras que la materia con más alto índice de reprobación fue "Introducción a las matemáticas" de 1er. semestre, turno vespertino en el período 95-I.

Este problema es resultado de varias causas, entre ellos podemos inferir que en cuanto a los contenidos de las materias del área matemática, no plantean ninguna posible vinculación entre las ciencias exactas y la comunicación, además de que al ingresar, la mayoría de los alumnos piensan que su ejercicio profesional se enfocará a la radio, televisión, al periodismo escrito o a otras actividades propias de la comunicación, lo cual tiene poco o nada que ver con las ciencias exactas; el problema se agrava cuando en sus contenidos académicos no se enseña matemáticas para comunicadores; en su proceso de enseñanza no se busca una relación interdisciplinara entre la comunicación y las ciencias exactas; esto se debe muchas veces a que la mayoría de los profesores son egresados del área fisico-matemática, y su perspectiva se especifica sólo a ella.

En el caso de la materia Estadística Descriptiva, el panorama cambia un poco, ya que en ésta hay una distancia menor con el quehacer comunicativo; la elaboración de gráficas, inferencias estadísticas, cálculo de promedios, entre otras, son actividades que se insertan en el ámbito del trabajo del comunicador.; en este caso el índice de reprobación disminuye un poco pero no deja de ser de los más altos.

Estos dos casos reflejan entre otras cosas, que el principal interés del estudiante de comunicación es el ejercicio profesional en los medios masivos, y para éstos no se necesitan las matemáticas, ni la estadística, excepto que la utilicen para la investigación.

En el caso del área CONTEXTUAL, la frecuencia de reprobación disminuye un poco, de las 11 materias que la conforman, las que cuentan con más alto índice de reprobación son: Introducción al derecho, Introducción a la sociología, introducción a la epistemología e introducción a la ciencia política. En este caso, el problema se fundamenta principalmente en tres sentidos con referencia: al programa de la asignatura, a los docentes y a los alumnos:

En relación al programa de la asignatura, se presenta el hecho de que en los contenidos que se manejan, no se plantea una relación con el quehacer comunicativo, en consecuencia el alumno no comprende su importancia, pierde interés y por lo tanto la reprueba.

En el caso de los docentes, éstos no contribuyen a disminuir los índices de reprobación, debido a las posibles deficiencias en el proceso de enseñanza. En cuanto al estudiante, la reprobación tiene su principal aliado cuando éste trabaja a la par de sus estudios, lo cual le resta tiempo para el estudio, por lo tanto hay problemas en la preparación de exámenes.

En el caso del área TEORICA, la reprobación es menos grave, ya que son sólo 4 las materias que presentan este problema: Teoría económica I y II, Teoría de la comunicación II - estructuralismo, Teoría de la comunicación III - marxismo. Según los resultados el problema se fundamenta en la impartición de la materia por parte de los docentes.

Finalmente en el área PRACTICA, son sólo 2 la materias con alto índice de reprobación: Géneros Periodísticos Informativos II (Entrevista), y Géneros periodísticos de opinión I (Artículo y Editorial), en este caso el problema se puede ocasionar por la facilidad de presentar extraordinario y pasar la materia, en lugar de

cursar todo un semestre de trabajo constante realizando entrevistas o artículos.

Por el lado de las preespecialidades, los datos que se presentan son del semestre 94-II, donde las materias con más alto índice de reprobación son:

Periodismo Escrito - Taller de fotografía periodística

Periodismo electrónico - Agencias informativas

Investigación y docencia - Metodología Estructuralista

Comunicación Persuasiva- Opinión Pública

(Sánchez, 1997; p.240)

A partir de este diagnóstico, se puede inferir que los principales problemas se dan a partir de los contenidos académicos de las asignaturas, ya que en las materias de alto índice de reprobación, la falta de vínculo con el ejercicio profesional de la comunicación es, en muchos casos, el fundamento de este problema.

En segunda instancia se presentan los problemas en el proceso de enseñanza-aprendizaje, principalmente en la falta de preparación tanto académica como didáctica, en los docentes.

Por último en torno a los alumnos, el índice de reprobación de las diversas materias, refleja los problemas de vinculación de entre los contenidos teóricos-académicos con el aspecto comunicacional, ya que toda esa teoría no encuentra aplicación concreta en la realidad.

En general esto refleja también, una marcada inclinación a los medios masivos, ya que aquellas materias que tienen que ver directamente con ellos, no aparecen como materias de alto índice de reprobación.

Para el caso del área de la titulación, los temas más recurrentes son los medios masivos, en los tópicos de escritos y electrónicos, aún así

el principal problema que aqueja a esta área es la ausencia de la cultura de la investigación.

En cuanto al área de Educación Continua, es una formación adicional y posterior a la licenciatura, una actualización académica o especialización.

3.1.4. ALUMNOS QUE PARTICIPAN EN PRÁCTICA PROFESIONAL.

Para abordar el tema de los alumnos que han participado en el área de Formación y Práctica Profesional, se realizó un conteo del número de practicantes a partir 1993, etapa en la cual, la práctica profesional se estableció por un periodo de tres meses.

De septiembre de 1993 hasta marzo de 1997 se han canalizado a más de 80 empresas aproximadamente a 500 alumnos.

Estas cifras son aproximadas, no representan el total de prácticas realizadas y concluidas, ya que en algunas de las instituciones por diversos problemas, que más adelante se especificarán, las prácticas no fueron terminadas.

A partir de este conteo general, se determinó que para que los datos sean más recientes y significativos, se tomó como base el periodo de enero de 1996 hasta marzo de 1997; durante este tiempo se contabilizaron 220 prácticas profesionales.

Para comparar la representatividad de los datos, se determinaron las siguientes categorías: turno, semestre y preespecialidad.

POR TURNO:

De estas prácticas, el 54.5% pertenece al turno matutino, mientras el 46.4% es del turno vespertino.

VESPERTINO
46.4%



MATUTINO
54.5%

En este caso podemos inferir que la causa por la que los alumnos del turno matutino representen el mayor porcentaje, es porque muchos alumnos del turno vespertino trabajan y no les queda tiempo libre para hacer práctica profesional.

POR SEMESTRE:

En el caso de los semestres hay que tomar en cuenta que durante los semestres nones tenemos a los alumnos de 7° y 9° y en los pares se encuentran 6° y 8°, por lo que la distribución queda de la siguiente manera:

El 43.1% de los alumnos que realizaron práctica durante este periodo pertenece al 6° y/o 7° semestre; el 23.6% a 8° y/o 9° semestres, el 15% a 2° y/o 4° semestres y el 18.1% a egresados.

SEMESTRE:



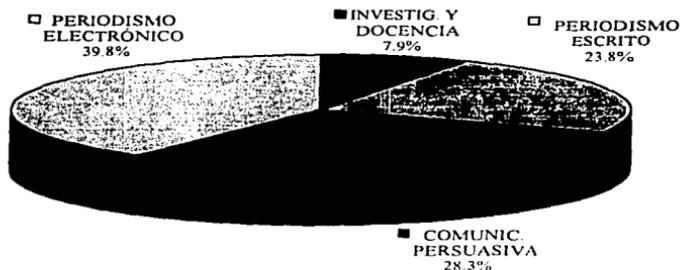
En esta categoría es importante señalar que la práctica profesional formalmente es para los alumnos entre 6° y 9° semestres, ya que según la experiencia, a los egresados que se les apoyó en la realización de una práctica profesional, la mayoría la abandonó por encontrar un trabajo que le permitía recibir una remuneración; sin embargo en su caso se les avaló la práctica, ya que ellos mismos consiguieron la oportunidad en las empresas; finalmente para los primeros semestres son prácticas en donde no se les exige conocimientos especializados, como podría ser la comunicación organizacional, a ellos se les canaliza por ejemplo, a empresas en donde los alumnos pueden hacer práctica en análisis y/o síntesis informativa.

En este caso el mayor porcentaje está en los alumnos de 6° y 7°, debido a que los que se encuentran entre 8° y 9° prefieren hacer el servicio social o encontrar un trabajo que les sea remunerado.

POR PREESPECIALIDAD:

En la categoría de preespecialidades, es importante señalar que no se puede tomar como total en el periodo determinado, a las 220 prácticas registradas, ya que sólo los alumnos entre 7º y 9º semestres y los egresados, son los que ya la tienen definida; de esta manera los números quedan de la siguiente manera:

El 7.9 % de los alumnos que han realizado práctica profesional, pertenece a la preespecialidad de Investigación y Docencia; el 23.8% a la de Periodismo Escrito; el 28.3% a Comunicación Persuasiva y el 39.8% a Periodismo Electrónico.



En el caso de las preespecialidades, es proporcional al número de alumnos que las cursan, el mayor porcentaje corresponde al de los electrónicos, y desciende conforme también es menor el número de estudiantes respectivamente, esto repercute mucho en la demanda de las áreas de práctica profesional, debido a que si la mayoría se encuentra en periodismo electrónico por lo tanto su interés se enfoca a ingresar a los medios masivos específicamente a la radio y televisión.

3.2. PERFIL DE LAS INSTITUCIONES SOCIALES Y COMUNICATIVAS DONDE SE REALIZA PRACTICA PROFESIONAL

Al igual que en el apartado que se refiere a los alumnos, para abordar el tema de las instituciones, se especificarán las instituciones con las que se han establecido convenios verbales o formales (por escrito), para que la realización de prácticas profesionales durante el periodo septiembre de 1993 a marzo de 1997, éstas son:

- 1) Aceros Dondish
- 2) Aeropuertos y Servicios Auxiliares
- 3) Adelante en la Noticia
- 4) Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal
- 5) Asamblea de Representantes del Distrito Federal - Fracción del PRD.
- 6) Banca Cremi
- 7) Bufete Jurídico Kuri
- 8) Cámara de Diputados
- 9) Casa del Lago
- 10) Cementos APASCO
- 11) Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes
- 12) Centro de la Imagen
- 13) Centros de Integración Juvenil
- 14) Centro de Producción Creativa
- 15) Centro de Producción de Programas Informativos y Eventos Especiales - CEPROPIEE
- 16) Comité Directivo Ejecutivo Estatal del PAN en el Estado de México
- 17) Comunicación Cultural
- 18) CONACYT
- 19) Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal

- 20) Consejo Nacional de Población - CONAPO
- 21) Crónica
- 22) Desarrollo Corporativo - Club Empresarial
- 23) El Sol de Medio Día
- 24) EIKON
- 25) El Comal Virtual
- 26) El Día
- 27) El Financiero
- 28) El Herald de México
- 29) El Universal
- 30) El Universal Zona Norte
- 31) EMI Music
- 32) Enlace Radial
- 33) Escuela Nacional de Danza
- 34) Escuela Nacional de Música
- 35) Facultad de Filosofía - Teatro
- 36) Federación de Sindicatos de Trabajadores al Servicio del Estado - FSTSE
- 37) FORD
- 38) Fundación Manuel Buendía
- 39) Grupo ACIR
- 40) Grupo ICEL
- 41) Grupo Siete
- 42) Industrias Mabe S.A. - IMASA
- 43) IMSS
- 44) IMER
- 45) Instituto Nacional de Bellas Artes - INBA
- 46) Instituto Nacional de Ecología
- 47) Junta Local del Instituto Federal Electoral en el D.F.
- 48) Mexalit S.A.
- 49) Multivisión - Videoteca del área de Noticias
- 50) Multivisión - Deportes
- 51) Museo de Arte Moderno
- 52) Novedades Metropolitano

- 53) Organización Radio Centro - ORC
- 54) Ovaciones
- 55) Perspectivas Publicidad
- 56) Petróleos Mexicanos - PEMEX
- 57) Presidencia de la República
- 58) Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal
- 59) Qualli
- 60) Respuesta directa
- 61) Revista El Tabique
- 62) Revista Impacto
- 63) Revista INFOMEDICA
- 64) Reportero del Estado de México
- 65) Revista del Consumidor
- 66) Revista MIRA
- 67) Radio ABC
- 68) Radio Educación
- 69) Radio Fórmula
- 70) Revista Polémica
- 71) Radio Sportiva
- 72) Secretaría General de Protección y Vialidad
- 73) Secretaría de Energía Minas e Industria Paraestatal
- 74) Secretaría de Gobernación
- 75) Secretaría de Pesca
- 76) Secretaría de Relaciones Exteriores
- 77) Semanario "La opinión de México"
- 78) Semanario RADAR
- 79) Sindicato de Banamex
- 80) Ser Humano
- 81) Sonido Crystal Coacalco
- 82) SYNTEX
- 83) Telediplomado de Administración Municipal ENEP Acatlán
- 84) T.V. Azteca
- 85) Videoteca del PRI
- 86) VIDEO OMEGA

87) Vitro Fibras

88) Zea Comunicación

Esta lista de empresas, tampoco implica que en todas ellas la práctica profesional ha sido constante, ya que en algunas se ha interrumpido por problemas como: cambio de autoridades, que ocasionan la pérdida del contacto para continuar los convenios, ausencia de proyecto de trabajo en el que se inserten los alumnos que genera el abandono de la práctica, entre otros, que se especificarán posteriormente.

Por esta razón, la descripción del perfil de las instituciones y la evaluación se enfocará y se hará más precisa en aquellas instituciones en donde el vínculo ha sido más estrecho y constante.

Para empezar se establecerá una clasificación para definir y ubicar a las instituciones como sociales o comunicativas.

3.2.1. INSTITUCIONES SOCIALES:

Aquellas cuyo fin es brindar un producto o servicio de diferentes tipos a la sociedad; aquí se consideran: empresas privadas, secretarías de gobierno, dependencias gubernamentales, partidos políticos, instituciones educativas e instituciones culturales.

Estas son:

INSTITUCIONES SOCIALES	AREA O ACTIVIDAD
1) Aceros Dondish	Comunicación Interna
2) Aeropuertos y Servicios Auxiliares	Gerencia de comunicación social Información y prensa
3) Asamblea de Representantes del Distrito Federal - Fracción del PRD	Comunicación social - oficina de Prensa, boletines

4) Banca Cremi	Comunicación Interna
5) Bufete Jurídico Kuri	Investigación, análisis y síntesis
6) Cámara de Diputados	Comunicación social
7) Casa del Lago	Difusión Cultural
8) Cementos APASCO	Comunicación interna
9) Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes	Coordinación académica
10) Centro de la Imagen	Investigación, Difusión Cultural
11) Centros de Integración Juvenil	Dirección de información
12) Comité Directivo Ejecutivo Estatal del PAN en el Estado de México	Investigación
13) Comunicación Cultural	Difusión y Relaciones Públicas
14) CONACYT	Información
15) Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal	Comunicación Social
16) Consejo Nacional de Población - CONAPO	Comunicación social
17) Desarrollo Corporativo - Club Empresarial	Investigación y reporteo
18) EMI Music	Prensa
19) Escuela Nacional de Danza	Difusión y comunicación interna
20) Escuela Nacional de Música	Difusión cultural y reporteo
21) Facultad de Filosofía - Teatro	Producción de video
22) Federación de Sindicatos de Trabajadores al Servicio del Estado - FSTSE	Reporteo de material para comunicación interna
23) FORD	Comunicación interna
24) Grupo ICEL	Relaciones Públicas
25) Industrias Mabe S.A. - IMASA	Comunicación interna
26) IMSS	Comunicación social
27) Instituto Nacional de Bellas Artes - INBA	Comunicación Interna
28) Instituto Nacional de Ecología	Comunicación Social
29) Junta Local del Instituto Federal	Comunicación Social

Electoral en el D.F.	
30) Mexalit S.A.	Comunicación interna
31) Museo de Arte Moderno	Difusión Cultural
32) Petróleos Mexicanos - PEMEX	Prensa y Relaciones Públicas
33) Presidencia de la República	Comunicación Social
34) Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal	Monitoreo, análisis y síntesis informativa
35) Respuesta directa	Investigación
36) Secretaría General de Protección y Vialidad	Comunicación Social
37) Secretaria de Energía Minas e Industria Paraestatal	Prensa
38) Secretaria de Gobernación	Prensa
39) Secretaria de Pesca	Prensa
40) Secretaria de Relaciones Exteriores	Dir. General de comunicaciones e informática. Difusión
41) Sindicato de Banamex	Comunicación interna
42) Ser Humano	Difusión
43) SYNTEX	Comunicación Interna
44) Telediplomado de Administración Municipal ENEP Acatlán	Investigación y producción
45) Vitro Fibras	Monitoreo y análisis

Para abordar el rubro de las instituciones sociales, se les clasificó a partir de sus perfiles y de acuerdo a las actividades comunicativas realizadas al interior de dichas empresas o instituciones ; así se agruparon de la siguiente forma: aquellas instituciones en donde la actividad se dedicó a la Comunicación Interna; a las Relaciones Públicas y Difusión, al área de Comunicación Social y Oficinas de prensa; Monitoreo, Análisis y Síntesis, Investigación en comunicación y otros.

Dentro de las instituciones o empresas en donde se concentró la actividad en la COMUNICACIÓN INTERNA están:

Aceros Dondish; Banca Cremi, Cementos Apasco, Escuela Nacional de Danza, Federación de Sindicatos de Trabajadores al Servicio del Estado - FSTSE, Ford Motor Company, Grupo ICEL, Industrias Mabe S.A., Instituto Nacional de Bellas Artes, Mexalit S.A., Sindicato de Banamex y SYNTEX.

De forma general las actividades que se desarrollaron en estas instituciones se dividieron en tres vertientes:

1) Se realizaron acciones para detectar problemas o bien necesidades al interior de la organización con el fin de mejorar y aumentar la productividad. Para ello se realizó investigación en comunicación interna, elaboración de redes y auditorías en comunicación.

2) Otra de las actividades fue la elaboración y corrección de material para difusión interna y externa, como folletos institucionales, periódicos murales, tableros de información, boletines, manuales, etc.

3) La participación en el diseño, elaboración y reporte para revistas internas o House Organ fue otra de las actividades que se realizaron al interior de algunas instituciones como fue el caso de las revistas "Acontecer sindical" de la FSTSE, "Nosotros Hoy" del Sindicato Banamex y "Punta Tacón" de la Escuela Nacional de Danza. Como parte de la obtención de información para las revistas algunos también realizaron síntesis informativa.

Entre las instituciones con las que se ha tenido trabajo más estrecho está la ESCUELA NACIONAL DE DANZA, en donde las actividades abarcan diversas áreas y tareas, como las relaciones públicas al participar en la organización y realización de eventos,

como las prácticas escénicas semestrales o presentaciones, exposiciones y conferencias con motivo de aniversarios. Por otro lado realizan difusión tanto interna (periódicos murales) como externa (folletería).

Finalmente también se colabora en el diseño y producción de la gaceta informativa "Punta Tacón", para la cual se elaboran reportajes, entrevistas, recopilación y elaboración de material gráficos (imágenes) y agenda cultural.

Dentro del GRUPO ICEL también han tenido la oportunidad de practicar dentro de la gerencia de comunicación, ahí realizan actividades de relaciones públicas y de producción de mensajes publicitarios en radio, televisión y prensa, además de elaboración, diseño y corrección de material de difusión como folletería, colaboración en la evaluación y diseño de campañas publicitarias.

Industrias Mabe S.A. (IMASA) y BANCA CREMI fueron dos empresas con las que también se realizó una colaboración constante, sin embargo el contacto se perdió debido al cambio de autoridades en el caso de IMASA y Banca Cremi se reestructuró, pues fue vendida a Banco Bilbao Vizcaya.

Dentro de las empresas en donde se realizó actividades de RELACIONES PÚBLICAS y DIFUSIÓN CULTURAL están las siguientes instituciones: Casa del Lago, Centro de la Imagen, Escuela Nacional de Música, Museo de Arte Moderno, Ser Humano, Comunicación Cultural y los Centros de Integración Juvenil.

A estas instituciones se les clasificó en esta área debido a que las actividades principales se enfocaron al diseño y elaboración de productos comunicativos o eventos con el fin de difundir o promover las acciones de dichas instituciones.

Por ejemplo, algunos participaron en la elaboración de material de difusión como folletos, videos institucionales, incluso realizaron programas de radio, otros elaboraron y enviaron boletines de prensa, así como la colocación de notas en diversos periódicos de circulación nacional.

Otros se enfocaron al área logística apoyando en la organización de eventos y/o exposiciones como es el caso de la Casa del Lago o Comunicación Cultural.

Dentro de este rubro es importante señalar a COMUNICACIÓN CULTURAL como una de las instituciones con vínculo más constante, ésta es una área del Instituto para la Atención del Niño Quemado; aquí se han desarrollado las siguientes actividades: redacción de folletos de presentación del Hospital del niño quemado, unidad Querétaro, elaboración del directorio de medios, envío de boletines, entrega de invitaciones para eventos, redacción de boletines informativos "Lo óptimo" y "Mi amigo y yo", apoyo en la producción de video institucional, archivo y revisión de información del Instituto para la atención de niño quemado y de Comunicación Cultural, obtención de material fotográfico, cubrir eventos del instituto como desayunos del voluntariado y bazar de beneficencia para los niños quemados, organización de eventos, elaboración de artículos informativos para suplemento infantil, inventarios de revistas y diapositivas, cobertura de eventos, redacción de artículos para el boletín "Mi amigo y yo", investigación y elaboración de guiones radiofónicos.

Otra de las instituciones de vínculo constante es el CENTRO DE LA IMAGEN, en donde se ha colaborado en la organización de las exposiciones como Fotoseptiembre y los Coloquios Latinoamericanos de fotografía, investigación, promoción y difusión de fotografía.

Dentro del coloquio se apoyó en la revisión de portafolios, entrega de papelería, apoyo técnico a ponentes en la presentación de audiovisuales; promoción del coloquio por medio de carteles enviados vía fax, entre otras actividades.

Dentro de las empresas que se encuentran en el área de COMUNICACIÓN SOCIAL y OFICINAS DE PRENSA se encuentran; Aeropuertos y Servicios Auxiliares; Cámara de Diputados, Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal; Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS); Instituto Nacional de Ecología; Instituto Federal Electoral Junta Local en el D.F. (IFE), Petróleos Mexicanos (PEMEX), Presidencia de la República, Secretaría General de Protección y Vialidad, Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal, Secretaría de Relaciones Exteriores, Asamblea de Representantes-Fracción PRD, EMI Capitol, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Pesca, Consejo Nacional de Población (CONAPO) y Procuraduría General de Justicia en el Distrito Federal (PGJDF).

En el caso de estas 16 instituciones los practicantes ingresan a los departamentos de comunicación social y/o oficinas de prensa, a pesar de la diferencia en el nombre las actividades que realizan no varía significativamente, de esta forma en estas instituciones se ha participado en la elaboración de productos comunicativos para prensa, radio y/o televisión o bien folletería y manuales con el fin de difundir las actividades de las instituciones.

CONAPO es un caso en donde los practicantes llevaron a cabo el programa de comunicación en población dentro del departamento de producción, acciones y difusión de conciencia social de la problemática demográfica, para ello se participó en el diseño y realización de cápsulas informativas solicitadas por el IMER, éstas fueron programadas en el 105.7 FM, conexión acústica, como parte

de un proyecto de orientación dirigido a su auditorio jóvenes entre 13 y 25 años.

También se llevó a cabo una coproducción con el IMER de la serie radiofónica ¿Y Ahora qué?, para ello se participó en la elaboración de contenido; dentro de la producción de los programas se atendió y canalizó las llamadas telefónicas recibidas durante el programa de radio con el fin de seleccionar los temas a abordar en las cápsulas radiofónicas, entre los temas estuvieron adolescencia, sexualidad, relaciones familiares y proyecto de vida entre otros.

En cuanto al trabajo en radio, se colaboró en el diseño y realización de los guiones de las cápsulas contempladas en este proyecto, así como el apoyo en producción (propuesta de efectos especiales, música y voces), asistencia en las pruebas de selección de casting.

Otro caso es el de la CÁMARA DE DIPUTADOS en donde los practicantes se insertaron en la organización y realización de eventos con el fin de obtener información social, se integraron al equipo de asesores contribuyendo en el área de comunicación.

El análisis y síntesis fue otra de las actividades desempeñadas en los departamentos antes mencionados, aquí los practicantes se dedicaron al seguimiento de noticias e incluso tuvieron la tarea de realizar una jerarquización de información; también elaboraron boletines informativos y participaron en la organización de conferencias de prensa, algunos realizaron análisis cualitativos y cuantitativos de la información, otros más se dedicaron a elaborar directorio de medios.

En el área de MONITOREO, ANÁLISIS Y SÍNTESIS INFORMATIVA E INVESTIGACIÓN, se agrupó a las siguientes empresas: Buffete Jurídico Kuri, Club empresarial, Respuesta directa, VITROFIBRAS, Comité Estatal del PAN en el Estado de

México y el Telediplomado sobre Administración Municipal en la ENEP Acatlán.

Se consideraron estas instituciones debido a que algunas se dedicaron exclusivamente a desarrollar el análisis y síntesis informativa, tarea que consistía en seleccionar noticias, recortarlas y elaborar la síntesis.

En cuanto a INVESTIGACIÓN, se realizó un convenio con el Comité Estatal del PAN para realizar una investigación de opinión pública, con el fin de conocer las tendencias del voto en el Estado de México en las elecciones de noviembre de 1996.

En el caso del TELEDIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL, los practicantes hicieron una investigación previa, con base en la información obtenida, se elaboraron los guiones televisivos, también se asesoró, a los profesores en materia de comunicación y t.v.

Finalmente el CENTRO MULTIMEDIA, los CENTRO DE INTEGRACIÓN JUVENIL y la FACULTAD DE FILOSOFÍA se encuentran aparte ya que no entran en las clasificaciones propuestas.

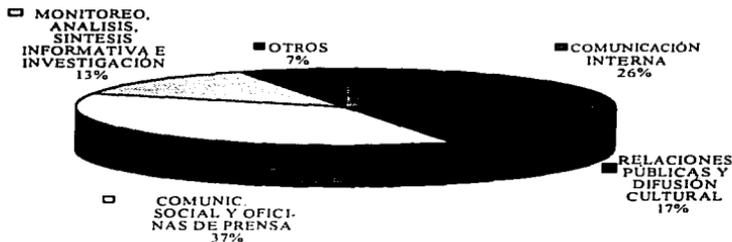
Por ejemplo en el CENTRO MULTIMEDIA los alumnos ingresaron a la coordinación de información, en donde participaron en la organización y clasificación de los materiales contenidos en el archivo y sala de consulta del Centro multimedia: cartas, oficios, circulares, libros, manuales, revistas, periódicos, audiocassettes y videocassettes, asistencia en difusión e investigación, apoyo en la organización y difusión de cursos de extensión académica, proyectos externos e internos y teleconferencias. Colaboración en la página para el World Wide Web (INTERNET), del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Visitas guiadas en el centro multimedia, apoyo en exposiciones "pasiones virtuales" y

“Net@Works”, en la galería del centro multimedia, autocapacitación en los programas Word, Excel, Visio, Omnipage, Multimedia Toolbook y Adobe Photoshop.

En los CENTROS DE INTEGRACIÓN JUVENIL se realizó promoción institucional, diagnóstico de imágenes y servicios.

En la FACULTAD DE FILOSOFÍA la práctica consistió en la producción de un video teatral.

AREAS Y/O ACTIVIDAD EN INSTITUCIONES SOCIALES



La gráfica anterior muestra las áreas y actividades que los alumnos realizan durante sus prácticas profesionales en las diferentes instituciones clasificadas como sociales, en este sentido los ámbitos más solicitados en donde desarrollan y aplican sus conocimientos, es en Comunicación Social u Oficinas de Prensa con 37% y Comunicación interna con 26%.

3.2.2. INSTITUCIONES COMUNICATIVAS

En esta área de consideran propiamente a los medios masivos de comunicación; o bien empresas cuyo fin sea alguna etapa de la producción de éstos. Por lo tanto encontramos a: Radio, Televisión, Prensa, Revistas, suplementos, semanarios, etc. Además de empresas de video, análisis y síntesis de información y/o publicidad.

INSTITUCIONES COMUNICATIVAS	AREA / ACTIVIDAD
1) Adelante en la Noticia	Reporteo
2) Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal	Análisis y síntesis informativa
3) Centro de Producción Creativa	Post - producción de video
4) Centro de Producción de Programas Informativos y Eventos Especiales - CEPROPIEE	Videoteca
5) Crónica	Reporteo y redacción
6) El Sol de Medio Día	Reporteo
7) El Comal Virtual	Periodismo escrito
8) El Día	Reporteo
9) El Financiero	Periodismo escrito
10) El Heraldo de México	Periodismo escrito
11) El Universal	Investigación, monitoreo,
12) El Universal Zona Norte	Análisis de prensa, reporteo
13) EIKON	Investigación en comunicación
14) Enlace Radial	Monitoreo en radio y t.v.
15) Fundación Manuel Buendía	Análisis, síntesis y captura de información
16) Grupo ACIR	Asistencia de producción, reporteo y locución
17) Grupo Siete	Reporteo
18) IMER	Reporteo
19) Multivisión - Noticias	Videoteca y asist. de producción
20) Multivisión - Deportes	Videoteca y asist. de producción

21) Novedades Metropolitano	Videoteca y asist. De
22) Organización Radio Centro - ORC	producción
23) Ovaciones	Reporteo
24) Perspectivas Publicidad	Reporteo y asist. de producción
25) Qualli	Periodismo escrito
26) Revista El Tabique	Asistencia en publicidad
27) Revista Impacto	Post - producción de video
28) Revista INFOMEDICA	Periodismo escrito
29) Reportero del Estado de México	Reporteo
30) Revista del Consumidor	Periodismo especializado
31) Revista MIRA	Reporteo
32) Radio ABC	Periodismo escrito
33) Radio Educación	Reporteo
	Redacción, asistencia produc-
	ción y post - producción
	Asistencia de producción, en
	diversos programas,
	colaboración en Onda Corta,
	Investigación y Relaciones
	Públicas
34) Radio Fórmula	Redacción y asist. De produc.
35) Revista Polémica	Diseño y reporteo
36) Radio Sportiva	Redacción de notas deportivas
37) Semanario "La opinión de México"	Periodismo escrito
38) Semanario RADAR	Reporteo
39) Sonido Crystal Coacalco	Reporteo
40) T.V. Azteca	Invest. Periodística, locución y
41) Videoteca del PRI	Reporteo
	Videoteca y asist. De
42) Video Omega	producción
43) ZEA Comunicación	organización y transfers
	Post - producción de video
	Análisis y síntesis informativa

restringidos, en este caso, sólo se ha logrado establecer vínculo, con 2 televisoras MULTIVISION de Telerey, en dos departamentos: Noticias y Deportes; mientras que en Televisión Azteca más bien son los alumnos quienes buscan su práctica profesional, ya que dicha televisora tiene una área similar a la nuestra, ellos reciben solicitud de las personas interesadas en realizar práctica profesional en su empresa y cuando los necesitan los llaman.

En Multivisión, se logró convenios verbales, en vías de formalizarse, en dos áreas: Noticias y Deportes.

Las labores en NOTICIAS se enfocan al apoyo en la producción de noticieros, propiamente en la videoteca donde los practicantes tienen la oportunidad de involucrarse con todo lo que se refiere a imágenes, para la producción del noticiero "Para Usted"; en ocasiones y de acuerdo a los tiempos y necesidades han tenido la oportunidad de realizar asistencia de producción manejando el telepronter.

Los noticieros para los que se ha colaborado son: "Para Usted", "Ciudad Capital" y "En campaña".

Algunas de las actividades que han desarrollado son:

- 1) Spoteo de imágenes.
- 2) Rotulación de videocassettes: Hi - 8, Betacam y 3/4
- 3) Registro y clasificación de material grabado por reporteros.
- 4) Grabación de audio para las notas de los reporteros.
- 5) Captura de información de videoteca en computadora
- 6) Recepción y grabación de imágenes de CEPROPIEE
- 7) Calificación de imágenes de CEPROPIEE
- 8) Grabación del noticiero "Para Usted" en Hi - 8 y 3/4 para cápsulas y retransmisión

9) Bitacorear imágenes del noticiario "Para Usted"; esto es calificar y checar tiempos de cada segmento informativo entre corte y corte, anotar su inicio y final.

10) Vaciado de imágenes, videocassettes de 3/4 a Hi -8

11) Organización y acomodo de material en videoteca

12) Búsqueda de imágenes de "stock"

13) Parchado de máquinas (pulses de edición) para vaciado de imágenes Hi-8 para grabar noticiario

14) Uso y manejo de máquinas que se utilizan en el área de noticias Hi - 8 y 3/4, máquinas de edición, teleprinter, etc.

15) Grabación, registro y clasificación de imágenes de noticiarios extranjeros

16) Selección de imágenes

Estas labores le permiten a los practicantes conocer el funcionamiento interno de una institución televisiva, ya que las tareas de una videoteca son fundamentales para la producción de los noticiarios, ésta es una área compleja e instantánea, es decir su trabajo es inmediato y fugaz, por lo que el trabajo suele ser bajo presión de tiempo, conocimiento que nunca se aprende en las aulas.

En DEPORTES también se realizan actividades en videoteca, calificación y captura de material grabado diariamente, así como la depuración de material para el departamento de deportes, para obtener mayor calidad de imagen, así como actualidad.

Los practicantes que ingresaron casualmente lo hicieron durante la fechas en que se llevaron a cabo los juegos olímpicos de Atlanta 96, por lo que pudieron realizar asistencia de producción y realización de guiones, para dicho evento así como los reportes de NFL y Score Final.

En TELEVISION AZTECA cuentan con 3 áreas disponibles para los estudiantes: videoteca, programa "A quién corresponda" e investigación.

En videoteca de "noticias", las actividades son similares a las que se realizan en la videoteca de Multivisión.

Realizan monitoreo y selección de cintas 3/4; creación de bitácoras para el banco de datos del área de noticias en paquetería progress.

Dentro del programa "A quién corresponda", los practicantes colaboran en la pre-producción del programa, en ocasiones hacen asistencia o bien colaboran en la recepción de las llamadas telefónicas que se reciben en el programa..

También llevaron a cabo lectura y canalización de cartas, recepción y canalización de personas que llegan al canal en busca de ayuda, edición de reportajes, apoyo en actividades de producción (vaciado, formación de stock, calificación de material, apoyo en sistema portátil)

Finalmente en "investigación" han colaborado como encuestadores en una serie de investigaciones que TV Azteca realizó para medir su rating.

En general, dentro del área de TELEVISION, la principal actividad se ha centrado en las videotecas, cuestión poco esperada o deseada por los practicantes ya que ellos buscan ingresar directamente en producción, razón que muchas veces ocasionó el abandono de la práctica.

No obstante, dichas actividades han sido bien recibidas por la mayoría de los practicantes, ya que quienes tienen iniciativa han tenido la habilidad para adentrarse en otras áreas y muchos han logrado colocarse en ese campo laboral.

Por otro lado, los conocimientos y experiencias que adquieren no se pueden aprender en el aula, por ejemplo la experiencia real del trabajo en televisión, ya que en las clases, el único campo que se alcanza a vislumbrar es el de la producción, cuando hay otras áreas

importantes y fundamentales para el funcionamiento de la empresa; ahí se puede dar cuenta de la presión y exigencias que requiere este campo, por la naturaleza de su trabajo fugaz e instantáneo.

Es innegable que este campo es restringido y que si bien se puede ingresar, no se hará directamente en producción, si no en otras áreas igual de importantes y necesarias para el funcionamiento de una televisora.

En lo que se refiere al área de **RADIO**, se estableció contacto con Grupo ACIR, Grupo Siete, Organización Radio Centro, Radio Educación, Radio Fórmula, Radio Sportiva, Sonido Crystal-Coacalco, IMER y Radio ABC.

Este es el campo más solicitado pero también uno de los más restringidos.

Las diferentes fusiones que han sufrido las radiodifusoras es uno de los varios problemas que han obstaculizado la realización de vínculos y convenios para práctica profesional.

Este es el caso de Grupo Siete, donde se inició un período de práctica profesional, realizando reporteo para noticiarios transmitiendo en vivo, vía telefónica; y en Radio Sportiva, en ambas no se concluyó la práctica profesional debido a las fusiones y al cambio de autoridades.

En GRUPO ACIR sólo se logró llevar a cabo un ciclo, puesto que también se perdió el contacto por las fusiones y el cambio de autoridades, en este caso las actividades se realizaron en la dirección de información, asistiendo en la producción de noticiarios como "El mañanero", "Informativo panorama" y "Serenata ACIR".

La asistencia de producción en "El mañanero" consistía en la grabación del noticiario, verificar sonido de micrófonos, atención de llamadas telefónicas, establecer contacto con colaboradores y reporteros vía telefónica.

La asistencia de producción en el programa "Serenata ACIR", consistió en la redacción de notas y cabezas en el noticiario, mientras que en "Informativo Panorama" la práctica se desempeñó en el área de noticias y como asistente en el área administrativa.

Una de las alumnas que realizó práctica profesional en dicha estación, tuvo la oportunidad de integrarse como locutora al equipo del programa llamado "Amanecer ranchero", transmitido a las 5:00 a.m.

En RADIO FORMULA - la práctica también se realizó en "noticias"; y las actividades consistían en la redacción del tisser para el noticiario "Línea directa", transmisión dominical, redacción de notas informativas, clasificación de audios para los noticiarios "Buenos días" y "Cápsula empresarial".

En la estación RADIO ABC, las actividades que se realizaron consistieron en la redacción, producción y post-producción de programas informativos, dentro de la producción de noticiarios, donde entre otras actividades se llevó a cabo la revisión de cables para jerarquizar información y conformar las secciones del noticiario; también se trabajó en la coordinación de invitados y musicalización de programas.

SONIDO CRYSTAL - COACALCO: en esta estación de alcance regional los practicantes han colaborado en el área de noticias dentro del sistema informativo "Notycrystal" realizando las siguientes actividades:

- Monitoreo de noticias nacionales en diferentes noticiarios radiofónicos.
- Jerarquización de información.
- Reporteo en municipios cercanos y de fuentes.
- Redacción de notas informativas
- Grabación de notas en cabina, locución.
- Transmisión de noticias y eventos en vivo.
- Realización y grabación de cápsulas informativas "Noti-crystal"

- Estudios de opinión pública, investigación y encuesteo

En la mayoría de los casos anteriores, las actividades se centraron en el área de noticias, en el mejor de los casos algunos tuvieron la oportunidad de hacer locución, sin embargo en general las prácticas se concretaron a la producción en general de noticiarios.

ORGANIZACIÓN RADIO CENTRO, esta institución es de reciente contacto, por lo que aún no se tienen informes de actividades de los alumnos para obtener datos de las tareas realizadas en dicho lugar, sin embargo las áreas para las que fueron solicitados los practicantes fue en redacción de noticiarios, deportes y producción de algunos programas.

Es importante señalar que en el área de radio la más constante ha sido RADIO EDUCACIÓN, donde los practicantes se han ubicado en diferentes áreas y actividades como son: asistencia de producción, en diversos programas, colaboración en Onda Corta, Difusión, Investigación y Relaciones Públicas entre otras.

Por esta razón se tratará a RADIO EDUCACION como un caso especial debido a que es la empresa radiofónica, con la que se ha trabajado más constante y estrechamente. Esta radiodifusora es una muestra de que el trabajo en radio, no sólo se reduce a la producción de programas, de tal forma que ha colocado a los practicantes en diferentes áreas que son fundamentales para su organización y funcionamiento.

Así, encontramos en Radio Educación, las siguientes áreas y actividades:

* RELACIONES PÚBLICAS en el área de producción: aquí las actividades se diversifican mucho, ya que el practicante debe colaborar en todo el procedimiento logístico para que la programación sea efectiva, por ejemplo:

- Organización de tiempos en los diferentes estudios, de acuerdo a las necesidades de los productores,
- Atención de las llamadas de los radioescuchas durante los programas en vivo.
- Organización y clasificación de radionovelas, series y programas producidos por dicha radiodifusora.
- Etiquetado y ordenamiento de cassettes grabados de los programas.
- Realización de oficios para cambios de programación y otros asuntos relacionados con la emisora.
- Participación en control remoto de la 1ª Bienal de radio.
- Grabaciones de música y programas para radioescuchas e instituciones solicitantes.
- Proveer de cintas, fotocopias y material necesario para las grabaciones a los productores.

* NOTICIARIOS, en esta área principalmente las actividades se concentran en la redacción de noticias, para lo cual es necesario el recorte y selección de cables de Notimex y AFP; también se realizaron llamadas telefónicas para obtener información de radiodifusoras nacionales y extranjeras, con el fin de detallar información sobre sucesos importantes; estas actividades también permitían la asistencia de producción de las transmisiones, así como la colaboración para grabar notas y fundamentalmente la redacción diaria de notas para transmitir en radio.

Propiamente este trabajo se enfocó a la realización de los noticiarios "Pulso de la mañana" y "Pulso de la noche", en donde también los practicantes participaron en la elaboración de los guiones para dichos noticiarios.

Un proyecto no concluido por razones internas de la empresa, fue el inicio de un archivo hemerográfico para la realización de futuros programas especiales.

Otro programa informativo es "Ventana 1060", en donde se realizó análisis informativo de problemas de actualidad, tanto nacionales como internacionales. Ahí se colaboró con investigación para la elaboración de reportajes, además de la atención de llamadas telefónicas que se recibían durante la transmisión en vivo.

También se realizaron actividades de relaciones públicas al establecer contacto con empresas editoriales para obtener ejemplares y obsequiarlos a los radioescuchas.

OTROS PROGRAMAS:

"Si muero lejos de ti" fue otro programa en donde la labor consistió principalmente en investigación hemerográfica sobre el mundo del espectáculo de los años 30's, principalmente en; cine, música, teatro, radio y publicidad de radio, dicha información se obtuvo de los diarios "El Universal" y "Excélsior" de 1931 y 1932, ésta era entregada al productor y a la locutora del programa.

Estas actividades proporcionaron a los alumnos el conocimiento de actividades necesarias para la producción de un programa, ya que colaboraron en la pre - producción y durante la emisión del éste como asistentes, teniendo listo y a tiempo el material para la realización del programa, como cintas y cassettes, o bien atendiendo las llamadas telefónicas, que generalmente eran de personas mayores, con el fin de medir el rating.

"Humo en los ojos", programa dedicado a la ecología, en donde se realizaron cápsulas informativas con grupos ecológicos como Green peace, Naturalia A.C., Unión de Grupos Ambientales, Programa Universitario del Medio Ambiente, así como información del jardín botánico de la UNAM, por otro lado también se recibían llamadas del público radioescucha.

Dentro del programa "Su casa y otros viajes", se llevó a cabo la redacción de notas culturales del periódico, y de boletines de prensa,

así como asistencia de producción y realización de promocionales para dicho programa; mientras que en el programa "Entrecruzamientos", se realizó la redacción de la cartelera sobre exposiciones, cine y televisión, además de la atención de llamadas telefónicas.

En los programas "La cocinera atrevida" y "Jugo de luna llena", las actividades consistieron en la atención de llamadas telefónicas, redacción de recetarios para su transmisión en el programa, asistencia de producción, búsqueda de material en fonoteca.

"Radio Sí", programa infantil en donde se llevó a cabo la atención y registro de llamadas telefónicas, asistencia de producción, guionismo y musicalización,

"Arriba el Norte", en este programa se llevaron a cabo las siguientes actividades en la producción: grabación de programas en el estudio, apoyo en la colocación de cintas de grabación y micrófonos, elaboración los balazos; en el área de investigación se buscó información atractiva sobre regiones y personas de la zona norte del país. También se llevó a cabo la redacción de notas para radio, atención de llamadas, seguimiento del público, etc.

Otros programas en los que se colaboró con este tipo de actividades están: "Desde acá los chilangos", "El Chahuistle", "Dama de noche", "Matices del vital", "Tierra adentro", "Estampas radiofónicas de México", "Pretexto de la palabra", "Del campo a la ciudad", entre otros.

* ONDA CORTA

Las transmisiones en ONDA CORTA, son nocturnas y se llevan a cabo los fines de semana, aquí las actividades que se realizaron, se enfocaron más hacia el lado técnico, principalmente como operador de cabina, manejando diferentes aparatos como la consola en

diversos canales para transmitir la señal, reproductor de discos compactos, máquinas de carrete abierto, etc.; con el objetivo de reproducir los programas y transmitir música al aire en programas realizados por especialistas como "Los pasos de López" y "México de mis amores".

Otra de las actividades cubiertas en Onda Corta fue la de CONTINUIDAD, cuya función principal es mantener lista y en orden la programación que saldrá al aire, verificar música e identificación de la estación que pasan al aire cada 15 ó 30 minutos, edición de cintas, manejo de aparatos en la cabina de transmisión, realización de guiones de Onda Corta. "Se trata de estar en cabina al aire".

* DIFUSION

Esta área se encarga de la promoción y difusión de Radio Educación, las actividades que aquí realizaron los practicantes se concentraron en las relaciones públicas, se encargaron de establecer convenios de colaboración con instituciones como RTC y CONACULTA de la cual se trabajó en la obtención de información de éstas para transmitirla en la estación. Se organizaron eventos como exposiciones, maratones, difusión de eventos culturales; también se colaboró en la proporción de información sobre Radio Educación a personas e instituciones solicitantes.

IMER: En el caso del Instituto Mexicano de la Radio, se firmó convenio pero debido a obstáculos administrativos, no se ha logrado poner en marcha.

En el área de **PRENSA** se contemplaron las diferentes opciones que abordan al periodismo, por lo que en ésta se incluyó periódicos o diarios de circulación nacional y regional; revistas algunas de ellas

de circulación nacional y otras especializadas en un campo o público específico y por último semanarios regionales.

Es importante señalar que esta área ofrece mayor aceptación de alumnos que quieran realizar su práctica profesional dentro del campo del periodismo, sin embargo de acuerdo a la experiencia son pocos los alumnos que se interesan por el periodismo escrito, cuestión que se abordará posteriormente de forma específica.

Debido a que en este campo hay más oportunidades, la lista de opciones sobre periodismo escrito dentro de Práctica Profesional es mayor; así contamos con los siguientes contactos: Adelante en la Noticia, Crónica, El Sol de Medio Día, El Comal Virtual, El día, El Financiero, El Heraldo, El Universal, El Universal - zona norte, La Revista Mexicana de Comunicación de la Fundación Manuel Buendía, Novedades Metropolitano, Ovaciones, y revistas como El Tabique, Impacto, Infomédica, Mira, Reportero del Estado de México, Revista del Consumidor, y los semanarios La Opinión de México y Radar.

En todas estas opciones, las actividades se han diversificado y los practicantes han tenido la oportunidad de conocer la diferentes áreas que comprende el periodismo escrito, ya que su campo de acción no se limita únicamente al reporte. De esta manera dentro del área de Formación y Práctica Profesional encontramos las siguientes opciones con sus respectivas actividades:

ADELANTE EN LA NOTICIA: Este es un diario mexiquense de circulación regional cubre 3 zonas específicas del área metropolitana, éstas son: Valle Cuautitlán, Región Sur - Toluca y Zona Oriente.

El periódico se divide en varias secciones en donde los practicantes han colaborado, estas son:

- Deportes: en donde los alumnos han reportado cubriendo sus respectivas fuentes y uno de ellos posteriormente tuvo la oportunidad de coordinar la sección.

- Espectáculos: en este caso la actividad se enfocó principalmente a la redacción de notas diarias obteniendo la información a través de boletines o bien de programas de televisión.

Algunos practicantes asistieron a eventos como desayunos y conferencias de prensa por invitación de organizaciones dedicadas a los espectáculos, como por ejemplo disqueras, con el fin de realizar entrevistas y hacer de conocimiento de público la realización de los eventos.

También se realizaron reportajes sobre música; otros se dedicaron a las críticas de series y programas de televisión.

- La Nación: para esta sección se monitoreo las principales frecuencias radiofónicas para posteriormente hacer la nota informativa de los sucesos más sobresalientes del día, es decir, se realizó síntesis informativa de las noticias más importantes del país.

- Sección Cultura: se cubrieron eventos y se realizaron reportajes semanales referentes a temas culturales. Otros también tuvieron la oportunidad de publicar textos propios como poemas, cuentos, reflexiones, etc.

- Sociales: la principal actividad para esta sección fue la de entrevistas a personajes, incluso se creó una columna titulada "El personaje de la semana", otros más hicieron reportajes turísticos.

En la sección de la región Valle Cuautitlán principalmente los practicantes trabajaron cubriendo municipios, el jefe de información asignaba fuentes y se investigaba sobre determinado tema. Se realizaron encuestas, reportajes, crónicas, etc.

CRONICA: el contacto con este diario es nuevo por lo que aún no hay datos de informes, la práctica está por terminar.

EL SOL DE MEDIO DIA: en este diario las actividades se concentraron en el reporteo, principalmente desarrollaron investigación y redacción de reportajes

EL COMAL VIRTUAL: ésta es una revista electrónica que se encuentra en la red INTERNET, el contacto es reciente, razón por la cual aún no hay datos de los informes, la práctica está por terminar.

EL DIA: en este diario las actividades se concentraron en la mesa de redacción como auxiliar y en algunos casos también practicaron el reporteo.

EL FINANCIERO: se trabajó en dos secciones Agenda del Espectador y Sección Política. En Agenda del espectador se trabajó en la producción y edición periodística de dicha sección aquí se llevaron a cabo actividades relacionadas con la cartelera cinematográfica, ordenamiento del archivo fotográfico de películas recientes presentadas en México, así como del archivo histórico sobre cine. Por otro lado dentro de la sección Política se dedicaron a cubrir guardias, reporteo, recepción telefónica de notas, captura de colaboraciones de articulistas y reporteros.

EL HERALDO DE MEXICO: en este diario las actividades consistieron en la elaboración de notas informativas con base en boletines de prensa, síntesis, corrección y redacción de boletines de prensa, captura de notas de corresponsales, revisión de información diaria, monitoreo de noticiarios de radio y televisión, para posteriormente elaborar síntesis informativas de las noticias más importantes del día.

EL UNIVERSAL: en este diario de circulación nacional, los practicantes han tenido la oportunidad de conocer varios ámbitos del periodismo ya que al iniciar ingresan al área de hemeroteca, ahí comienzan por la investigación hemerográfica, también realizan

análisis y síntesis informativas, por otro lado tienen el acceso a la red INTERNET para obtener información, finalmente les asignan trabajo de reporteo.

EL UNIVERSAL - ZONA NORTE: es el suplemento semanal del Universal para la Zona Norte, los alumnos que deciden realizar su práctica profesional en este medio se dedica al reporteo, ya que se les asigna una fuente por municipio que debe cubrir.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNDACION MANUEL BUENDÍA

Este es un caso especial porque aquí la práctica no se concretó a sólo a la revista, hubo otras actividades, dentro de la Revista Mexicana de Comunicación, éstas consistieron en la elaboración y captura de síntesis para el banco de datos tanto de la revista como del suplemento Bitácora, con el fin de elaborar la base de datos para un C.D. ROM.

NOVEDADES METROPOLITANO: la actividad principal que aquí se desarrolló, fue el reporteo para la redacción de notas informativas, entrevistas y reportajes, otros tuvieron la oportunidad de colaborar como auxiliares en la mesa de redacción, y otros más elaboraron artículos de fondo para la sección editorial.

OVACIONES: éste es uno los convenios más recientes, por lo que sólo se ha cubierto un periodo de práctica profesional, en este caso los practicantes se insertaron en tres secciones: deportes, información general y cables. Las actividades que han desarrollado son: elaboración de reportajes, realización de encuestas y sondeos de opinión para información especial, también realizaron guardias en donde se dedicaban a tomar vía telefónica las notas de los reporteros así como a la clasificación de notas de agencias informativas nacionales.

REVISTA EL TABIQUE: esta es una revista especializada en el campo de la construcción que se distribuye en tiendas de materiales de construcción, despachos de constructores o de ingenieros del municipio de Tlalnepan. Aquí los practicantes tuvieron la oportunidad de practicar el periodismo especializado.

REVISTA IMPACTO - Publicaciones Llergo S.A. de C.V., mientras se mantuvo el contacto con esta revista (ya que después se perdió debido al cambio de autoridades) los practicantes se integraron como reporteros cubriendo eventos culturales (presentaciones de libros, entrevistas y exposiciones sobre pintura) y políticos; realizaron reportajes, entrevistas y nota informativas para la sección "Entresemana", además de que realizaron el seguimiento de candidatos en campaña de diferentes partidos políticos. Incluso uno de ellos mencionó en su informe una frase que continuamente les repetía su jefe:
"Aquí no venimos a jugar a la revistita, venimos a hacer periodismo"

REVISTA INFOMEDICA: revista especializada en el campo de la medicina, aquí también se practicó el ejercicio de periodismo especializado, principalmente realizando reportajes de corte médico.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: dentro de esta revista que podemos clasificar como especializada, los practicantes se involucran en todo el proceso editorial. La actividad principal es la investigación periodística con el fin de realizar reportajes para su publicación tanto en la revista como en el periódico del consumidor, también participaron en la elaboración de notas informativas, elaboración de una sección infantil, procesamiento y redacción de información, corrección de textos y otros más se dedicaron a cubrir eventos.

REVISTA MIRA: en esta revista de circulación nacional, se realizaron reportajes, principalmente se practicó el periodismo de investigación; ya que llevaron a cabo investigación documental y de campo; así como bibliográfica y hemerográfica; por otro lado los practicantes elaboraron entrevistas lo cual implicó la concertación de citas para llevarlas a cabo. Estas tareas les permitió aplicar y desarrollar sus habilidades para obtener información que después deberían redactar y mecanografiar.

REVISTA POLEMICA: dentro de esta revista de circulación nacional los alumnos inicialmente ingresaron con el objetivo de hacer análisis de contenido en el área de publicidad y posteriormente hacer una propuesta para cambiar el diseño la revista, sin embargo también tuvieron la oportunidad de realizar investigación periodística para la redacción de reportajes.

REPORTERO DEL ESTADO DE MÉXICO: en este medio de circulación semanal y regional dentro del Estado de México los alumnos se dedicaron a reportear con fuentes asignadas.

LA OPINION DE MEXICO: éste es un semanario en donde los alumnos que ingresaron lo hicieron cuando comenzó a organizarse el medio, por lo cual participaron en la conformación de la base de datos, por tal motivo realizaron síntesis informativa nacional del periódico Reforma y reportearon en los municipios de Chimalhuacán, Los reyes la paz y Huixquilucan, por otro lado también se dedicaron a la obtención de información de la PGR y de la PGJDF. Dentro de las actividades realizadas en el área de síntesis se dedicaron a investigar, recopilar información, fotografías, redacción y captura de datos y por último colaboraron en el diseño de las planas del periódico.

RADAR: Este es un semanario de circulación regional en donde las actividades principales fueron el reporteo y la redacción de notas

con fuentes asignadas (municipio de Naucalpan y el Comité Estatal del PAN en el Estado de México), por otro lado también se cubrieron eventos sociales con fines publicitarios, de esta forma se llevó a cabo investigación para obtener información así como la redacción y captura de la misma, la entrega de notas era cada semana, parte de la actividades consistían en la distribución del dicho semanario.

La POST - PRODUCCIÓN DE VIDEO, es una área más que se clasifica dentro de las instituciones comunicativas, aquí se contemplaron aquellas empresas en donde su actividad es la edición de video con sus diferentes derivaciones.

CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA: En esta empresa la actividad que se desarrolló fue la de producción y post- producción de video, principalmente con fines publicitarios, como fue el caso del video institucional de Plaza Satélite.

VIDEO OMEGA: dentro de esta empresa dedicada a la post - producción de video, los alumnos que ingresan a ella tiene la oportunidad de integrarse al trabajo en tres diferentes salas: Telecine, Subtitulaje y Copiado.

Aquí las actividades principales se enfocan al área técnica ya que al asistir a los operadores adquieren los conocimientos necesarios para el manejo de máquinas de edición , videograbadoras, cintas de máquina 3/4, 1 pulgada, Betacam SP. Chyron, Formato C, Digital D-1, D-2 y D-3, realización de transfers y copios en multiformatos, sistema americano NTSC como formato europeo PAL y SECAM entre otras.

También adquieren conocimiento de la señal de televisión así como sus componentes y los estándares internacionales para su transmisión.

QUALLI: en esta empresa se trabajó en el área en el área de edición, realizándose de máquina a máquina y por computadora, los conocimientos proporcionados por esta empresa es sobre aspectos técnicos de señales de video en televisión, manejo de máquinas de efectos. Se practicó en las tres salas que conforman Qualli, manejo de tituladora y también se participó en los acuerdos con clientes sobre la post- producción de videos.

El ANALISIS Y SINTESIS INFORMATIVAS, es una actividad que comúnmente es tarea del profesional de la comunicación, incluso hay empresas que se dedican a realizarla para posteriormente venderlas a instituciones; este es el caso de Enlace Radial y ZEA Comunicación, por otro lado también aquí clasificamos a las Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal, donde la actividad principal en práctica profesional es el análisis y síntesis informativas.

ASOCIACIÓN DE RADIODIFUSORES DEL DISTRITO FEDERAL: en esta institución las tareas se abocan al análisis y síntesis informativas dentro de la gerencia de comunicación.

ZEA COMUNICACIÓN: monitoreo, análisis y síntesis, investigación relacionada con el perfil y contenido de diferentes medios radiofónicos, elaboración de análisis; desarrollo creativo, elaboración de bitácora y transcripciones, recopilación de datos, copiado y terminado del producto, prácticas ortográficas.

ENLACE RADIAL: Monitoreo de noticiarios en radio y t.v. : grabación de noticiero, y selección de noticias que solicitan los clientes, redacción de notas para la síntesis . Noticiarios: Para empezar de Estereo Rey, Al Despertar de canal 2, A primera hora de canal 13.

Las **VIDEOTECAS** también son áreas en donde los alumnos realizan práctica profesional, aquí se encuentran CEPROPIEE (Centro de Producción de Programas Informativos y Eventos Especiales) y la VIDEOTECA DEL PRI.

En CEPROPIEE se realizó calificación de videos BETACAM, inventario de la videoteca, conteo de cintas y videocassettes. Dentro del banco de imagen se clasificó videocassettes, así como la información que contenían. En videoteca la actividad consistió en la colocación de videocassettes, revisión de salidas y entradas del material existente en los catálogos, limpieza y organización del lugar.

VIDEOTECA DEL PRI: Recepción, clasificación y archivo de videos, control de inventario, actualización y recopilación de material videográfico, monitoreo, calificación de material de 3/4 de 20 y 60 minutos, captura de datos y recopilación de stock. De la Secretaría de Información y Propaganda.

El área de **PUBLICIDAD** es una de las más demandadas para práctica profesional, sin embargo en las agencias, no hay mucha aceptación de estudiantes de comunicación, ya que generalmente éste es un campo dominado por diseñadores gráficos o expertos en computación, en este caso sólo se ha trabajado con la agencia Perspectivas Publicidad.

PERSPECTIVAS PUBLICIDAD: dentro de esta empresa dedicada a la promoción de bienes y servicios las actividades que se desarrollaron fueron: manipulación de imágenes digitalizadas, elaboración de rótulos mediante equipo de cómputo, diseño de material de difusión como trípticos, folletos, carteles, etc., corrección de estilo de diferentes textos.

Entre las actividades que realiza Perspectivas Publicidad está el diseño prospectivo de logotipos, displays, rótulos, material promocional (plumas, globos, gorras, etc.) hasta la instalación de salas de exhibición a nivel nacional e internacional, en todas ellas se apoyó.

Los conocimientos que proporcionó esta empresa a los practicantes, fue en el manejo de equipos de cómputo, por lo que se capacitó en técnicas básicas de programas fundamentales para el trabajo publicitario como son: Page Maker, Illustrator, Freehand, Photo Shop, Painter y Sing Post, utilización de Scanner y Plotter, así como cámaras digitales y reproductoras de alta velocidad.

OTRAS

Finalmente se dejó a EIKON S.C. como empresa dedicada a la investigación en comunicación y a la FUNDACIÓN MANUEL BUENDÍA donde las actividades son varias, las cuales se especifican más adelante.

EIKON S.C.: en esta empresa cuyo fin es la investigación en comunicación, los practicantes tienen la oportunidad de vincularse con esta área como asistentes de investigadores poniendo en práctica sus conocimientos sobre las técnicas y métodos de investigación en comunicación; además de aprender o bien poner en práctica sus conocimientos en computación, ya que en ocasiones su tarea consiste en la captura y procesamiento de información.

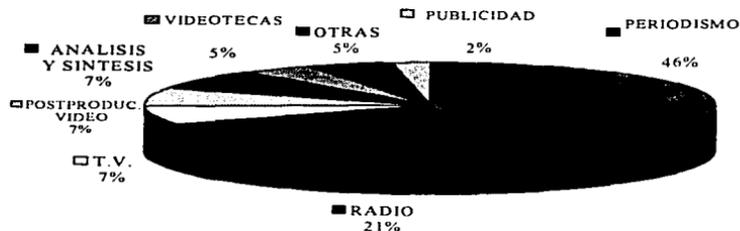
FUNDACION MANUEL BUENDIA, A.C.: aunque ya se había tocado el tema de la Revista Mexicana de Comunicación, la práctica no se limitó a ésta; dentro de la institución las actividades fueron varias con el objetivo de conformar un banco de datos de comunicación social, para ello se elaboró análisis y síntesis informativa, captura de ésta para el banco de datos de la revista y

para la elaboración de C.D. ROM, síntesis y seguimiento informativo para la revista Bitácora.

Esta descripción muestra un panorama general de los actores que participan en el área de Formación y Práctica Profesional, en este caso no se cuestiona su pertinencia o no, el objetivo es presentar una reseña de ambas partes, ya que para evaluar su acciones y desempeño es necesario saber de quiénes hablamos y cómo son, tema del próximo capítulo, cuyo fin es la evaluación.

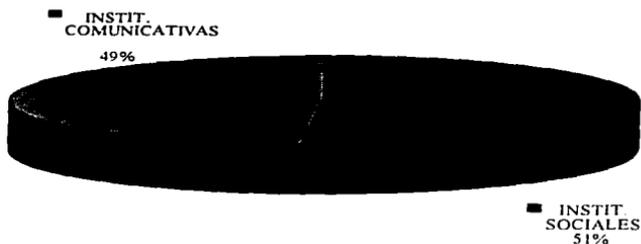
Cabe mencionar que los datos presentados se obtuvieron a partir de los informes de actividades que entregaron algunos de los alumnos que realizaron prácticas profesionales las empresas e instituciones mencionadas anteriormente.

AREAS Y/O ACTIVIDAD EN INSTITUCIONES COMUNICATIVAS



En relación a la gráfica anterior, podemos decir que en las instituciones comunicativas, se ha realizado práctica profesional principalmente en PERIODISMO ESCRITO con 46%, ya que es una área que demanda muchos practicantes y donde existen más oportunidades para ingresar, en segundo lugar está RADIO con 21%, área muy solicitada por los alumnos, sin embargo poco abierta para recibir practicantes.

PRÁCTICA PROFESIONAL EN INSTITUCIONES SOCIALES Y COMUNICATIVAS



En términos generales las prácticas profesionales en comunicación pueden ser realizadas tanto en instituciones sociales como comunicativas, sin embargo los números revelan que existe mayor oportunidad en las primeras, instituciones sociales con 51%, aún cuando las empresas comunicativas cuentan con un 49%, esto se debe a que el área de periodismo demanda de alumnos que deseen realizar prácticas, por ello les brinda mayor apoyo y apertura.

4. EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES OPERATIVAS DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL

Para evaluar las actividades operativas del área de Formación y Práctica Profesional, es necesario hacerlo a partir del desempeño de los actores que intervienen en ella, es decir alumnos e instituciones y/o empresas, para tal efecto se aplicaron dos tipos de técnicas: encuesta para instituciones y grupos de enfoque para alumnos.

En el caso de los alumnos se aplicaron 2 grupos de enfoque uno con alumnos que ya han realizado práctica profesional en alguna de las opciones con las que se tiene vínculo, y otro con aquellos que no han participado como practicantes en ninguna empresa. Para el caso de instituciones se aplicó una encuesta a aquéllas con las que el vínculo es más constante y estrecho, debido a que éstas son las que tienen mayor conocimiento y experiencia al haber tenido alumnos en varios períodos de práctica profesional.

4.1. EVALUACIÓN DE LOS ALUMNOS

Formación y Práctica Profesional desde 1993 estableció el período de la práctica profesional por tres meses, a partir de septiembre de este año a marzo de 1997 ha canalizado aproximadamente a 500 alumnos a más de 80 empresas, para que los datos obtenidos de esta investigación sean recientes se determinó el periodo de enero de 1996 a marzo de 1997, en donde se canalizaron a poco más de 200 alumnos, como ya se mencionó, estas cifras son aproximadas debido a que no representan el número total de prácticas realizadas y concluidas, ya que a consecuencia de algunos contratiempos tanto de las instituciones como de los alumnos genera la interrupción de las prácticas profesionales, éste es uno de los problemas principales

que aquejan a esta área, por lo cual es un aspecto fundamental del que se necesita conocer sus causas y consecuencias.

El objetivo de esta parte de la investigación es conocer los beneficios obtenidos por los alumnos que han realizado práctica profesional, determinar la utilidad de las prácticas profesionales que se han realizado actualmente, ya que en el trabajo cotidiano los alumnos asisten a ellas y el área de práctica profesional funciona como un mediador, mientras que los resultados de las prácticas sólo se conocen por pláticas informales que se tiene entre los responsables de práctica profesional y los alumnos, además de las lecturas de sus informes sin que haya un conocimiento preciso, real y concreto de éste, es necesario comprobar si el alumnos que asiste a la práctica profesional complementa la teoría con la práctica, aplican sus conocimientos, aprenden otros o simplemente no satisface sus necesidades; así mismo se busca conocer la perspectiva que tienen los alumnos del área de Formación y Práctica Profesional, saber si consideran adecuado sus funcionamiento, las deficiencias que percibe así como sus consideraciones.

Para llevar a cabo la evaluación con los alumnos se determinó la utilización de una técnica cualitativa, el grupo de enfoque con el fin de obtener información más flexible, abierta y a profundidad sobre el objeto de estudio, ya que ésta proporciona mayor detalle y especificidad en la información, la cual no se obtendría con una encuesta.

4.1.1. METODOLOGÍA

La metodología que se siguió para esta parte de la investigación que se ocupa de la evaluación por parte de los alumnos consistió en:

- Definición de objetivos particulares:

Ubicar y determinar la información que requerimos por parte de los alumnos, por ejemplo la utilidad que tiene o no realizar práctica profesional, saber si se complementa la teoría con la práctica, aplican sus conocimientos, aprenden otros o les es insuficiente, sin embargo la evaluación no sólo es de parte de los alumnos que ya han realizado prácticas profesionales, también es necesario conocer el punto de vista de los que no han ingresado a las prácticas, cómo perciben el área de práctica profesional o por qué no se han interesado en entrar.

En torno al tema central es necesario considerar el marco contextual, aspectos como es el conocimiento y percepción de los campos laborales de nuestra carrera, también se contemplan como parte de la información a obtener por parte de los alumnos.

- Planeación y organización de los grupos de enfoque:

Como ya se mencionó se eligió la técnica de grupos focales, realizados conforme indica el método y de acuerdo a los objetivos específicos de la investigación se aplicaron dos.

Una vez definidos los objetivos de cada grupo, el siguiente paso fue la selección e invitación de los actuantes en cada grupo

Las características de los alumnos que participaron en el primer grupo son las siguientes:

Se conformó por 6 alumnos que ya realizaron prácticas profesionales, en las siguientes empresas e instituciones: El Universal, Adelante en la Noticia, Ovaciones, Video Omega, La Revista del Consumidor y en el Telediplomado en Administración Municipal de la ENEP Acatlán.

Semestres: sexto, octavo y egresadas quienes mientras estuvieron en la escuela realizaron prácticas profesionales.

En el segundo grupo participaron alumnos con las siguientes características:

Se conformó por 5 alumnos que no habían realizado práctica profesional.

Semestres: cuarto, sexto y octavo, con el fin de cubrir las diferentes perspectivas a partir de su ubicación en la carrera.

Cada uno de los grupos se realizó conforme lo dicta la técnica por lo que se contempló las siguientes consideraciones:

El tamaño de un grupo de enfoque se debe situar entre 5 y 10 actuantes, debido a que es necesario que se genere un discurso entre ellos, a partir de 5 participantes, los canales de comunicación son adecuados para un intercambio de experiencias y opiniones, de esta forma, los discursos pueden circular en diferentes direcciones lo cual posibilita que todos participen creando debate y polémica.

Para realizar ambos grupos se convocó a más de 10 personas sin embargo no todos asistieron, pero el número de actuantes que formaron los grupos se encuentra dentro de los parámetros válidos y necesarios para llevarlos a cabo.

El tiempo adecuado para la realización de un grupo de enfoque es de una hora y media a dos horas, en este caso el primero duró hora y media y el segundo dos horas.

- Transcripción de los grupos de enfoque:

Una vez aplicados ambos grupos, se procedió a las transcripciones para posteriormente realizar el análisis de los discursos generados en cada uno de ellos y obtener así, los resultados.

4.1.1.1. SELECCIÓN DE LA TÉCNICA

La técnica que se seleccionó para obtener información por parte de los alumnos fue la de Grupos Focales o de enfoque, por las siguientes razones: se requería de una técnica cualitativa para obtener información con mayor profundidad, de forma flexible y abierta, característica particular de esta técnica, a diferencia de una encuesta que se distingue por ser rígida y cerrada.

Se decidió no aplicar la encuesta, debido a que su carácter cuantitativo, ya que generalmente sólo proporciona estadísticas, y si de números se trata, ya se cuenta con dicha información en las estadísticas obtenidas a partir del control del número de prácticas realizadas.

La información que se precisaba obtener de esta parte de la investigación, se enfoca a una reflexión sobre la práctica profesional y los aspectos que la rodean, y gracias al discurso que produce un grupo de enfoque, se obtienen expresiones de experiencias y opiniones, que “articulan el orden social y la subjetividad. El grupo de discusión crea un espacio de opinión ya que los participantes hacen uso de su derecho a hablar y emitir opiniones, en el grupo se interconectan puntos de vista” (Barranco, sin A.E.; p.3,5).

De esta forma no se requerían reducir las experiencias de práctica profesional a porcentajes, sino información con argumentos que detallara las necesidades de la misma.

4.1.1.2. ELABORACIÓN DE LA GUÍA DE TÓPICOS

Para llevar a cabo los grupos de enfoque, fue necesario elaborar una guía de tópicos para conducir ambos grupos y obtener la información requerida, para cada uno se plantearon objetivos particulares y se desarrolló la guía de preguntas.

En el primer grupo aplicado a alumnos que ya realizaron práctica profesional, el objetivo era conocer sus experiencias dentro de la práctica profesional, conocer si cubrió o no sus necesidades y expectativas, así como las deficiencias y carencias que vivieron, además del conocimiento general que tiene del campo profesional de la carrera.

Los tópicos que se desarrollaron son los siguientes:

1. EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN
 - 1.1. Campos laborales del ejercicio profesional de la comunicación
 - 1.2. Ambito académico
 - 1.2.1. Planes de estudio de otras escuelas
 - 1.2.2. Plan de estudios de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.
2. EVALUACIÓN DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA
 - 2.1. Plan de estudios
 - 2.2. Planta Docente
 - 2.3. Vinculación teoría y práctica
3. PRÁCTICA PROFESIONAL
 - 3.1. Concepto
 - 3.2. Formación y Práctica Profesional
 - 3.2.1. Conocimiento del área de Formación y Práctica Profesional
 - 3.2.2. Realización de prácticas profesionales
 - 3.2.3. Actividades durante la práctica
 - 3.2.4. Problemas enfrentados
 - 3.2.5. Experiencias, necesidades y expectativas
 - 3.2.6 Organización y Funcionamiento de Formación y Práctica Profesional
 - 3.2.7. Areas de interés en práctica profesional
 - 3.2.8. Propuestas y sugerencias a práctica profesional

Con base en los tópicos anteriores, se elaboró la siguiente guía de preguntas para conducir el primer grupo de enfoque, aplicado a alumnos que ya realizaron prácticas profesionales.

GRUPO DE ENFOQUE (1) ALUMNOS QUE HAN REALIZADO PRACTICA PROFESIONAL

GUÍA DE PREGUNTAS

Presentación

1. Cuáles consideran que son los principales campos laborales de nuestra carrera.
2. Creen que hay nuevos campos con posibilidades de desarrollo profesional en nuestra carrera.
3. Considera que nuestro plan de estudios es adecuado al contexto en que vivimos
4. Consideran importante vincular la Teoría y la Práctica
5. De acuerdo al plan de estudios consideran que vincula adecuadamente la teoría con la práctica.
6. Qué es para ustedes una práctica profesional.
7. Cómo conocieron el área de Formación y Práctica Profesional
8. Qué los motivó a hacer una Práctica Profesional

9. De qué les sirvió hacer una práctica profesional
10. Qué beneficios obtuvieron de la práctica profesional
11. Qué actividades desarrollaron
12. Qué actividades les hubieran gustado realizar
13. Qué conocimientos y habilidades adquirieron durante la práctica profesional.
14. A qué problemas se enfrentaron durante la práctica profesional
15. Cuáles eran sus objetivos al iniciar la práctica profesional
16. La práctica profesional cubrió sus necesidades y objetivos.
17. Cuánto tiempo consideran adecuado para la realización de una práctica profesional.
18. De qué elementos requieren para realizar una práctica profesional.
19. Consideran adecuado el funcionamiento del área de práctica profesional. (si o no, por qué)
20. Cuáles son las principales áreas o instituciones de su interés.
21. Qué consideran que hace falta en el área de Formación y Práctica Profesional, qué agregaría o cambiarían.
22. Consideran adecuado que práctica profesional se integre como materia al plan de estudios. Por qué.

Para registrar los datos que las personas a la que participaron en el grupo de enfoque se elaboró la siguiente ficha:

NOMBRE: _____
SEMESTRE _____ PREESPECIALIDAD _____
NÚMERO DE PRÁCTICAS REALIZADAS _____
LUGAR DE LA(S) PRÁCTICA(S) PROFESIONAL(ES) _____ _____
PERÍODO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL (Mes y año) De _____ A _____
GRACIAS

Para el segundo grupo de enfoque, el objetivo no varía significativamente, ya que al igual que en el primero, se pretende conocer su experiencia y opinión sobre práctica profesional, en este caso como ellos no han realizado prácticas, el aspecto principal es conocer qué opinan sobre el área de Formación y Práctica Profesional, qué necesidades y expectativas tienen, así como el conocimiento general que tiene sobre el campo profesional de la carrera, desde su ingreso hasta el semestre en el que se encuentran.

Así se determinaron los siguientes tópicos:

1. EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

1.1. Ambito académico

1.1.1. Plan de estudios de la carrera de Periodismo y
Comunicación Colectiva

1.1.2 Planes de estudios de otras escuelas

1.2. Campos del ejercicio profesional de la comunicación

**2. EVALUACIÓN DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA DE LA ENEP ACATLAN**

2.1. Plan de estudios

2.2. Planta docente

2.3. Vinculación teoría y práctica

3. PRACTICA PROFESIONAL

3.1. Concepto

3.2. Formación y Práctica Profesional

3.2.1. Conocimiento del área de Formación y Práctica
Profesional

3.2.2. Necesidades y expectativas

3.2.3. Organización y Funcionamiento de Formación y Práctica
Profesional

3.2.4. Areas de interés en práctica profesional

3.2.5. Propuestas y sugerencias a práctica profesional

Con base en los tópicos anteriores se elaboró la siguiente guía de preguntas para conducir el segundo grupo focal:

GRUPO DE ENFOQUE (2)
ALUMNOS QUE NO HAN REALIZADO PRACTICA
PROFESIONAL

GUÍA DE PREGUNTAS

PRESENTACIÓN

1. Por qué les gustó la carrera de Periodismo y Comunicación, qué influyó para que la estudiaran.
2. Conocían el plan de estudios de la carrera (en la ENEP Acatlán) antes de ingresar
3. Conocían planes de estudio de otras escuelas
4. Saben cuáles son los principales campos laborales de nuestra carrera (que los mencionen)
5. Cuáles son las principales áreas de su interés para ejercer profesionalmente
6. Consideran que hay nuevos campos con posibilidades de desarrollo profesional en nuestra carrera ¿cuáles?
7. Consideran que nuestro plan de estudios actual es adecuado al contexto en que vivimos (en cuanto a materias)
8. Consideran que sus profesores vinculan la teoría con la práctica (encuentran sentido práctico a lo que les enseñan)

9. Consideran adecuada o insuficiente la infraestructura con la que cuenta la carrera (talleres) ¿por qué?
10. Nuestro plan de estudios actual vincula la teoría con la práctica.
11. Por qué es importante vincular la Teoría y la Práctica
12. Qué es para ustedes una práctica profesional
13. Conocen el área de Formación de Práctica Profesional (cómo lo conocieron, a través de qué fuentes)
14. Qué áreas, instituciones o empresas les interesa para hacer una Práctica Profesional (en medios u otros campos de desarrollo)
15. Cuánto tiempo consideran adecuado para realizar una práctica profesional. Por qué
16. Qué elementos requieren para realizar una práctica profesional. (conocimientos, recursos materiales, económicos, etc.)
17. Cómo les gustaría que funcionara el área de Formación y Práctica Profesional, cómo lo formarían, qué agregarían o cambiarían.
18. Les gustaría que práctica profesional se integre como materia nueva del plan de estudios. Por qué.

Agradecimiento y despedida.

Para registrar los datos de las personas que participaron en este segundo grupo focal, se elaboró la siguiente ficha:

NOMBRE: _____

EDAD _____ SEMESTRE _____

PREESPECIALIDAD _____

AREAS DE INTERES PARA REALIZAR PRÁCTICA
PROFESIONAL

GRACIAS

4.1.2. RESULTADOS

GRUPO DE ENFOQUE (1) ALUMNOS QUE YA REALIZARON PRÁCTICA PROFESIONAL

- SOBRE EL CAMPO PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN

En el primer grupo de enfoque inicialmente se tocó el tema del campo de la comunicación desde dos puntos de vista, el laboral y el académico.

En torno al campo laboral de la comunicación la idea de ingresar a los medios masivos está presente, sin embargo se toman en cuenta otros ámbitos de la sociedad, incluso ven más oportunidades de ingresar a cualquier espacio, que no sean los medios masivos, éstos ya no se visualizan como el único campo laboral de la comunicación.

Por otro lado consideran que por naturaleza nuestra carrera abarca muchos aspectos en donde se puede emplear un profesional de la comunicación.

“Cualquier medio, medio de comunicación, delegación, lugar de gobierno, departamento de relaciones públicas.”

“...en todas la instituciones debe existir la comunicación, partiendo de ahí te puedes enfocar a una área específica...la carrera da para mucho y puedes enfocarte a lo que te guste”.

“... a veces pensamos que lo único es prensa, radio y televisión, creo que en cualquier institución, en cualquier parte de la vida social, circula información y como cualquier lugar es todo, entonces en todos los lugares puedes trabajar...”

Consideran que hay nuevos campos que se enfocan a lo social, más que a los medios masivos.

“ no sólo la comunicación masiva, sino también la interpersonal”

“...la comunicación en cualquier empresa hace que se entienda o no un mensaje”

El haber realizado práctica profesional, les da otra perspectiva, ya que visualizan diferentes actividades en una misma empresa, por ejemplo, el periodismo no sólo implica ser reportero.

“...yo hice funciones de edición, estaba a cargo de la plana de estados, tenía muchas veces que rehacer notas o síntesis informativa, debía saber corregir estilo y editar.”

- SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA.

En relación a los nuevos campos de la comunicación y su compatibilidad con el plan de estudios, consideran que éste no responde a las necesidades actuales, ya que se enfoca más a la teoría y deja de lado la práctica, al igual que a las nuevas tecnologías; incluso se abordó el tema de práctica profesional como algo que es opcional y depende de la propia iniciativa si se ingresa o no.

“...yo siento que la carrera es muy teórica, hace falta más práctica y más actividad por parte de los profesores, poner en práctica la técnica”

Consideran que hay materias obsoletas y reiteran la falta de práctica, la excesividad de teoría y la falta de materias que tengan que ver con aspectos prácticos como es el caso de la computación y la

exigencia de saber hablar el inglés, este tipo de conocimientos los hace más competitivos en el campo laboral.

Aún así consideran pertinente la formación teórica ya que les da las bases para desempeñar un trabajo, pero es necesario aterrizar estos conocimientos, no se trata de recibirlos como recetas de cocina, esto depende muchas veces de la capacidad de los profesores, quienes son los que deben fomentar la práctica de estos conocimientos.

“...la teoría sirve para cimentar tu conocimiento, para que no vayas solita a ver como se hace una nota o un programa de radio...fundamenta la práctica.”

“...nos dan en forma muy teórica las materias, nos enseña cómo hacer una nota, un reportaje o una entrevista como receta de cocina, pero en los medios la cosa no es tan plana y te tienes que adaptar...las bases sí las he tenido”

“...jamás vas a llegar con que todo lo que aprendí lo voy a aplicar”

- SOBRE LA VINCULACIÓN ENTRE TEORÍA Y PRÁCTICA

Es necesario compaginar y equilibrar teoría y práctica, esta tarea le corresponde al profesor, ya que la mayoría de las materias tienen una aplicación concreta en la realidad, aprender sólo teoría no es suficiente.

“la teoría es básica pero se tiene que complementar”

Hay un reconocimiento de la cultura general que proporcionan materias como matemáticas, historia, entre otras, las perciben como un contexto, pero no las ven con aplicación práctica en el campo profesional.

“...como cultura general, son como para contextualizarte...no son como algo que puedas aplicar a la hora que tu sales al campo de trabajo.”

“...te sirve para que conozcas de todo un poco”.

- SOBRE EL CONCEPTO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Al hablar del concepto de práctica profesional lo conciben como una complementación de la teoría, sin embargo la mayoría lo percibe desde su experiencia en las prácticas que realizaron, de acuerdo a este punto de vista, la consideran como una oportunidad para acercarse al campo laboral de la comunicación y aplicar los conocimientos que aprenden en la escuela, así como adquirir otros propios del mercado de trabajo. Esto les favorece ya que se ubican profesionalmente, sobre la marcha aprenden, actualizan y corrigen sus conocimientos, además se pueden dar cuenta de los que tienen y los que les faltan. Confrontan la realidad laboral con lo que saben de ella a través de la escuela.

“...es la oportunidad de acercarte de realmente a lo que es un medio de comunicación, la escuela es una cosa, pero salir a enfrentarte a los medios es otra...te das cuenta que las cosas no son tan bonitas como te lo explican en la escuela”

“sobre la marcha vas aprendiendo, complementas tu conocimiento con lo que te dan en la escuela”

“...es la oportunidad de acercarte y aplicar tus conocimientos, también te sirve para ver en que estás fallando, en qué necesitas actualizarte”.

“...adquirir los conocimientos que la escuela no te da”

- SOBRE EL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL.

En el siguiente punto se abordó el conocimiento del área de Formación y Práctica Profesional, en este caso la conocieron a través de comentarios de amigos y compañeros, de parte del responsable, y gracias al material de difusión, carteles, folletos, etc. En primera instancia el mecanismo fue de red de informantes, pero para ampliar su información acudieron al cubículo de práctica profesional.

“...por compañeros que habían hecho o que estaban haciendo práctica profesional”

“por un tríptico o boletín”

“por Daniel”

“primero fue por compañeros, y luego ya fuimos al cubículo por iniciativa propia y nos ampliaron más lo que es práctica profesional”

- SOBRE LA REALIZACIÓN DE SUS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Entre los principales motivos para realizar una práctica profesional está el deseo de obtener experiencia, para que al egresar les sea más fácil conseguir empleo, además del título consideran importante respaldarse de una experiencia profesional previa.

“...a mi me motivó tener una experiencia previa, si ahorita empiezo a acumular experiencia y a saber de qué se trata, me va a costar menos trabajo conseguir trabajo cuando termine la carrera”

Otro factor que también influye como motivación, es el asistir con amigos, ya que les da confianza, desde este punto de vista no es agradable ir sólo.

“...yo creo que es la motivación que más se da, porque si de repente te da miedo llegar a un lugar, donde no sabes cómo te van a tratar ni qué vas a hacer, que vayas con un amigo te da valor, es el empujoncito que necesitabas para decidirte a ir”

En cuanto a los beneficios que adquirieron realizando práctica profesional, mencionaron los siguientes: adquirir experiencia, aumentar currículum, relaciones laborales, confianza en sí mismo, capacidad para desenvolverse en el campo profesional y resolver problemas, además les enseña a ser responsables en cuanto al cumplimiento de su trabajo, de tal forma que sea de calidad y se entregue a tiempo; esta responsabilidad no sólo la sienten como personal también llevan la institucional.

“adquieres experiencia que saliendo de la escuela no la tienes,...te enfrentas a retos nuevos y te das cuenta de lo que te gusta”

“obienes experiencia y haces relaciones, aumentas tu currículum”

“ una práctica te ayuda a ser responsable”

En relación a los conocimientos el principal y más valioso es de la computación, ya que es un saber que no se enseña en la escuela como parte del plan de estudios. La responsabilidad que sienten por hacer bien su trabajo, también se fundamenta en dejar buen precedente de la ENEP Acatlán, a donde han llegado hay buena fama y ellos buscan acrecentarla, les interesa dejar prestigio individual e institucional.

" además de la responsabilidad que tú tienes de hacer tu trabajo bien, está a tus espaldas que vas representando a una institución...por ejemplo nosotros fuimos la primera generación de Ovaciones, y de nuestro trabajo dependía que hubiera oportunidad para otros".

"... en el Universal tenemos muy buena fama los de Acatlán"

El acoplarse a los horarios y ritmo de trabajo también les hace adquirir responsabilidad.

" a lo mejor no estás acostumbrada y te tienes que acoplar a los horarios de trabajo...trabajar bajo presión"

- ACTIVIDADES DURANTE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Al hablar de las actividades realizadas durante sus prácticas profesionales, varían de acuerdo al área en la que estuvieron, como por ejemplo: en periodismo escrito, reporteo, redacción, edición, guardias, en la post - producción en video, adquirieron la habilidad para manejar técnicamente las máquinas propias para desarrollar este trabajo; en televisión, desde camarógrafos, elaboración de guiones, asistencia de producción, monitoreo de noticias, entre otras.

" en el telediplomado yo hice de todo, desde camarógrafa, aprendí a manejar la cámara, hacer locución, edición tanto de imagen como de voz, asesoría en lenguaje televisivo..."

" ...en la Revista del Consumidor, reporteo, entrevistas básicamente, aprendí computación, tenía que capturar y hacer corrección de estilo"

“...en el Universal en el centro de información y documentación, bajamos las notas de correo electrónico, monitoreo”

La realización de estas actividades les enseñó a desenvolverse en el campo profesional, a ser responsables y a desempeñar bien su trabajo, adquirieron disciplina, y la consciencia de que no hay horarios sino que deben cumplir con sus obligaciones, independientemente de la hora que sea; por otro lado les generó satisfacción el haber realizado bien su trabajo, ya que las felicitaciones que recibieron las consideran como una retroalimentación de ellas también aprenden y corrigen sus errores cuando se les indica.

“...en la guardia de Ovaciones te enfrentas a los cocolazos, el reportero de dicta la nota por teléfono como Dios le da a entender y tú tienes que estar en el teléfono escribiendo rapidísimo y luego a tratar de interpretar lo que escribiste, haber si te entiendes..., para mí fue mi máximo reto, es mucha presión pero también es muy satisfactorio cuando alguien te dice ¡qué bien me tomaste la nota!, fue muy difícil pero también fue una retroalimentación muy padre.”

- EXPERIENCIAS, NECESIDADES Y EXPECTATIVAS

Por otra parte, consideran que durante la práctica profesional les hizo falta, entre otras cosas, más tiempo para desarrollarse en otras áreas y actividades; consideran adecuado que la práctica profesional dure más tiempo, proponen 6 meses, ya que durante tres no alcanzan a aprender otras cosas y complementar otras.

"...hizo falta tiempo, en todas partes hay mucho que aprender y cuando te sientes a gusto con la gente y con lo que haces, lo que te hace falta es tiempo nada más".

Aunque consideran importante que aumente el tiempo de la práctica profesional, también es necesario tomar en cuenta el medio del que se trate, ya que hay empresas pequeñas en donde no es adecuado ampliar el tiempo, los tres meses son más que suficientes.

"...yo estuve en Adelante en la Noticia los 3 meses reglamentarios y creo que lo que debía hacer, lo hice, nos daban mucha oportunidad porque era un medio muy chiquito y no había mucha gente"

"... en Ovaciones había muchas cosas que hacer, si me hubiera gustado adentrarme más"

También les hubiera gustado aprender más computación, incluso la consideran como uno de los principales conocimientos adquiridos durante la práctica profesional, además de la habilidad para manejar aspectos técnicos, máquinas de edición, copiado, cámaras, cuestiones de imagen y audio, etc., ya que en la escuela no se les permite usar nada del equipo de los talleres de radio y televisión.

"...entras al taller y no puedes tomar nada de los aparatos ni nada, el técnico lo hace todo".

A pesar de estas carencias encuentran favorable, los que estuvieron en aquellas empresas que tiene que ver con el periodismo o con el monitoreo, análisis y síntesis de información, se mantienen al día en cuanto a noticias, están constantemente actualizados.

" estamos con la información al día"

En cuanto a las necesidades y expectativas, en la mayoría se cumplieron y fueron rebasadas.

“ en Ovaciones yo creo que superé las expectativas que yo tenía ...yo creo que aprendimos más de lo que habíamos planeado en principio”.

“ En Video Omega...yo creo que si cubrió mis expectativas, para mí todos los conocimientos eran nuevos”

Consideran que uno de los aspectos más importantes es la capacidad que adquieren para desenvolverse en el campo laboral, lo que comprende desde el desempeño de su labor hasta la convivencia con los compañeros de trabajo, ya que por ejemplo, algunos se enfrentaron a los celos profesionales de parte de aquellas personas que tienen tiempo laborando a los lugares donde ingresan.

“...algo que todo mundo ha adquirido es que aprendes a hacer tu trabajo y a sobrellevar ciertas situaciones”

“cuando llegas a un lugar, la gente es muy celosa de su trabajo, ... te ven con recelo”.

- PROBLEMAS A LOS QUE SE ENFRENTARON

A pesar de los beneficios obtenidos, uno de las dificultades que les generó la práctica profesional, es el restarle tiempo a la escuela, no descuidarla pero sí reconocen que no se aplican de igual forma.

“ no la descuidé, pero no me apliqué tanto como debiera porque en la práctica profesional empleaba mucho tiempo”.

“ no es que descuides tanto la escuela sino que gastas tu energía en la práctica, en otras actividades”.

Sobre el problema de la adaptación al ambiente laboral no lo consideran obstáculo para el desarrollo de la práctica.

En torno a la práctica profesional y los objetivos de cada empresa o institución, en la mayoría les explicaron a grandes rasgos en que consistiría su labor, excepto en Adelante en la Noticia, la exposición de los proyectos fue variada ya que no hay un formato específico para ello, algunos fueron más espontáneos y sobre la marcha les asignaban las actividades, en otros había un calendario con tareas a desarrollar en tiempos determinados.

“...en el telediplomado, nos hablaron del proyecto general, las actividades y nuestro desempeño, pero la verdad hacíamos de todo”

“... en la Revista del Consumidor, los primeros días de trabajo eran para conocer el plan, para enseñarnos todo”.

“... en Video Omega yo siento que sí sales con los conocimientos y con el objetivo que te plantean al principio”.

“ en Adelante en la Noticia no, ahí yo creo que llegué a ver qué me iban a dejar hacer”.

“ en Ovaciones había varias etapas, yo creo que sí se cumplieron los objetivos que nos plantearon en un principio.”

Sin embargo a pesar de que en la mayoría desde el principio se les da una explicación, esto representa un problema, ya que los objetivos no son claramente definidos, la perspectiva inicial es de forma general.

- ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL

Por último en cuanto al funcionamiento del área de Formación Práctica Profesional, consideran adecuado que se mejore la selección de las empresas e instituciones en donde se tiene convenio, ya que según comentarios de otros compañeros algunos no han salido satisfechos de las prácticas, incluso la han abandonado, la razón principal es la falta de definición específica de las actividades que realizan, ya que muchas veces llevan a cabo tareas obsoletas, en el sentido de que no hay nada que aprender, por ejemplo sacar fotocopias; o bien no hay espacio físico para que los practicantes desarrollen sus labores.

“...no sé cómo se seleccionen las instituciones, pero creo que sería muy adecuado que se hiciera un estudio de la institución, si hay realmente lugar para los practicantes, porque a veces te sientes como un estorbo, en lugar de ayudar estorbas, y te tratan mal y si realmente tienes oportunidad de aprender y conocer lo que realmente es el medio...”

Por otro lado hay quienes piensa que la práctica profesional es un modo de explotar a los estudiantes, ya que ellos van, realizan actividades y no reciben ningún pago por ello.

“ ...yo he oído comentarios de compañeros que piensan que la práctica profesional es un modo de explotar a los estudiantes, ... a lo mejor muchos se han sentido explotados, han sentido que van a hacer el trabajo de alguien sin que les paguen.”

Consideran conveniente que además de manejar un mecanismo de selección para la empresas es necesario mantener un contacto permanente y cercano, entre éstas y el área de práctica profesional,

con el fin de supervisar el desarrollo de las actividades y el cumplimiento de los objetivos.

“ en cuanto a la organización yo creo que si es bueno el contacto más cercano con las instituciones, en mi caso las prácticas estuvieron bien relacionadas la comunicación entre la institución y práctica profesional”

- PROPUESTAS Y SUGERENCIAS

Es necesario realizar un mecanismo para dar información a los alumnos sobre las empresas e instituciones, puede ser una carpeta en donde se incluya los datos básicos sobre la empresa, sus funciones y las actividades a realizar durante la práctica profesional.

“ ..debería haber un papelito que diga estos son los objetivos que se pretenden desarrollar en la práctica”.

Hay un reconocimiento del trabajo que lleva a cabo el área de Formación y Práctica Profesional, tanto a la labor que desempeña como a la ventaja que representa contar con esta posibilidad en la carrera, ya que en otras carreras o escuelas no la tienen.

“ creo que es una ventaja porque hay otras escuelas que no la tienen y si quieren hacer práctica la tienen que buscar ellos, es más difícil, aquí nos ayudan...”

Consideran que es adecuado dotar de recursos a esta área, ya que por ejemplo en cuanto difusión, no cuenta con los elementos necesarios para hacer llegar la información a toda la carrera, muchos conocen el área y sus opciones por iniciativa propia, vieron algún cartel, tríptico, folleto, volante, etc., y después acudieron a pedir más datos.

“en cuanto a la difusión yo creo que si se ha tratado por el tríptico o los carteles, la mayoría de la carrera sabe donde está el cubículo y si les interesa van y se informan”

Sin embargo, consideran que muchas veces se carece de información, porque la misma institución no proporciona del proyecto y actividades a desarrollar durante la práctica profesional; incluso creen que las mismas instituciones ven la opción de práctica profesional atractiva y aceptan practicantes sin saber previamente que labores desempeñaran, sobre la marcha les asignan tareas.

“ el problema de la información tal vez no sea problema de práctica sino de la institución misma, porque cada una debería tener un programa y proporcionarlo al área”

La elaboración de un proyecto es aspecto fundamental, o por lo menos proporcionar una perspectiva general de las empresas o instituciones.

Además de mantener un contacto estrecho con las empresas e instituciones, también sería adecuado mantenerlo con los alumnos, pero piensan que éste también es parte de su responsabilidad, ya que muchos se reportan a práctica sólo cuando existe algún problema de lo contrario se desaparecen, otros más optan por abandonar la práctica si no les gusta y jamás lo notifican.

“ no le informas a práctica hasta que te enfrentas a un problema”

En términos de la realización de la práctica profesional, consideran adecuado que sea obligatorio, ya que representa una oportunidad para abrirse puertas en el campo profesional y complementar la teoría con la práctica, para ello es necesario que se cuente con proyectos específicos, actividades y tiempos definidos.

“ si en mis manos estuviera que fuera obligatorio, yo sí lo haría, definitivamente”

“ yo también pienso que debería ser obligatorio, algo que tuvieras que cubrir ciertos créditos con tantas prácticas”

“ es una buena oportunidad para personas que están estudiando porque te abre puertas.”

Desde su punto de vista el área de Práctica Profesional carece de apoyo por parte de la escuela, ya que debería existir difusión a nivel general, requiere de un espacio más grande para atender a los interesados en las prácticas, un módulo de información permanente, incluso consideran que todas las carreras deberían contar con un programa de práctica profesional, ya que así se respaldaría a los responsables del área.

“ ... qué padre sería que tuvieran un cubículo muchísimo más grande a donde a lo mejor hubiera un tipo estancia para atender a la gente.”

“ ...si tenemos esa oportunidad porque la institución, la ENEP Acatlán, el mismo programa de Periodismo porque no lo apoya más, cualquier carrera de por allá quisiera tener la oportunidad de tener un contacto laboral.”

En conclusión requiere de mayor apoyo para la difusión y para llevar a cabo las labores de contacto con empresas y seguimiento. En cuanto a material de difusión consideran adecuado el “Zoom In”, pero es insuficiente su producción y distribución.

Se necesita de recursos materiales y humanos.

GRUPO DE ENFOQUE (2)
ALUMNOS QUE NO HAN REALIZADO PRÁCTICA
PROFESIONAL

- SOBRE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

El primer tópico que se abordó fue el del campo de la comunicación, en primera instancia en torno al ámbito académico, en dónde se cuestionó sobre su interés por estudiar la carrera de periodismo y comunicación, hay varias características muy generalizadas, como por ejemplo, la mayoría sufría de una indecisión, las alternativas que tenían para estudiar una carrera universitaria eran varias y muy diferentes, las posibilidades iban desde su gusto por estudiar una opción del área químico-biológicas, físico-matemáticas, humanísticas, sociales, políticas, etc.; esa indecisión se vio amparada por la posibilidad de estudiar comunicación, ya que parece ser que ésta engloba muchos y variados intereses y gustos, todas sus expectativas se vieron favorecidas por la carrera de comunicación que, por su característica natural se configura como una disciplina abierta disponible a la interacción con otras áreas de conocimiento; aunado a esta situación, la influencia de los medios masivos es un factor fundamental en su decisión, ya que en su crecimiento, la radio y la televisión, más que la prensa, jugaron un papel fundamental, su interés y curiosidad por descubrir que hay detrás del aparato electrónico fue un aspecto importante para su decisión.

“...desde que me acuerdo en la casa escuchaba radio, entonces yo crecí con radio...hasta despanzurré varios aparatos, quería ver que es lo que estaba adentro hablando o cómo era ese aparatito, siempre en mí estuvo esa inquietud de cómo funciona la radio...”

“...yo siempre he esperado hacer algo en radio.”

"...de chiquita yo veía la televisión y me daba curiosidad los muñequitos que salían en la tele"

Es evidente que el haber crecido con lo radio y la televisión asegura un esquema de consumo y reproducción de la cultura de masas, por lo que los medios se presentan como un canal de expresión y de acceso a otros niveles sociales.

Otro factor que influyó para que estudiaran esta carrera, es el gusto que tienen por el contacto con la gente, poder platicar con ella. Algunos más buscaban la opción del periodismo por tener una inclinación y cierta facilidad para escribir, sin embargo ese gusto no es muy arraigado puesto que son pocos los que lo conservan.

Otros buscan a la comunicación por su interés de interaccionar con ámbitos como el cine, la producción y postproducción, la publicidad, y al llegar y encontrar un plan en donde lo que predomina son los géneros periodísticos sufrieron una decepción y lo sintieron como un engaño.

"a mi primero me engañaron, yo cuando llené el pase automático decía comunicación y llego aquí y me entero que es Periodismo y Comunicación Colectiva y a mí el periodismo no me agrada mucho".

Un factor más es el de la matemáticas, muchos huyen de ellas, y por eso optan por ingresar al campo de la comunicación, sin embargo al encontrarse con esta materia en los primeros semestres también les causa conflicto.

"tuve inquietudes ...hasta quería estudiar contaduría, pero siempre negado para las matemáticas, cualquier número me causa urticaria"

- CONOCIMIENTO Y COMPARACIÓN DE DIVERSOS PLANES DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

En cuanto a los planes de estudios tanto de la ENEP como de otras escuelas, hubo un conocimiento superficial, algunos lo llegaron a revisar como parte de una tarea de la materia de orientación vocacional, otros por simple curiosidad y pocos porque tenía un interés real en estudiar la carrera.

"...no lo revisé así del todo a conciencia pero sí lo leí, y dije, ¡ah bueno!, así como que se ve interesante...fue más bien por curiosidad, le eché un vistazo"

Algunos revisaron los planes de otras escuelas como de la UAM, de la ENEP Aragón, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, del Claustro de Sor Juana entre otras.

"yo conocía el del Claustro de Sor Juana, parecía ser más práctico"

El carecer de un conocimiento más profundo creó problemas a inicios de la carrera ya que mientras unos sufrían decepción, otros no sabían que hacían aquí.

"yo a mediados del primer semestre yo decía es que yo no quiero esto, no me gusta revisé el programa y dije bueno me voy a esperar, fue hasta tercer semestre cuando empecé a ver algo que sí tenía que ver con periodismo, y dije bueno ya pase lo más feo, matemáticas,...poco a poco me he ido convenciendo de que sí me gusta, de que sí quiero estar aquí."

Algunos consideran que el conocer o revisar un plan de estudios no es suficiente para decir si les conviene o no.

"Yo no creo que sea suficiente que conozcas un plan de estudios, porque para empezar no tienes todavía los conocimientos suficientes para criticarlo".

Uno de los problemas que aquejan a nuestro plan de estudios es la ausencia de vínculo entre las materias que contempla, los alumnos no encuentran de que sirve cursar materias como economía, epistemología, economía, saben que les servirá como base general, pero no encuentran la relación entre una y otra, no saben de qué les puede servir en su ejercicio profesional, hay una fragmentación en la enseñanza, el conocimiento que recibe es desfasado.

"...economía, estadística, epistemología,...si me gustaron pero no encuentro el ligue, creo que si nos pueden servir como herramientas, pero cómo ligar esas materias con lo que vamos a trabajar, quién las liga, parece que las sacaron de una tómbola y ahora van a estudiar esto..."

Hay un desconocimiento general de lo que es la carrera antes de ingresar a ella, incluso hay quien entró con la confusión e incertidumbre, en qué era lo que diferenciaba a la comunicación del periodismo.

"...no entendía qué diferencia había entre periodismo y comunicación, hasta mucho más adelante entendí la diferencia..."

Es importante señalar que el factor económico influyó para que estudiaran aquí la carrera, ya que las altas colegiaturas de las escuelas particulares, limitaban sus posibilidades, en general, los planes de estudio no son un factor determinante para su decisión de estudiar en la ENEP Acatlán.

"una escuela particular tenía que desecharla,...las cuotas estaban carísimas"

"...a punto de hacer el examen en el Claustro de Sor Juana, me entero de las cuestiones económicas y decido regresar a la UNAM y seguir siendo Puma..."

- SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LOS CAMPOS LABORALES DEL EJERCICIO PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN

Al tocar el punto de los campos laborales, es evidente que predomina la idea de que la radio, televisión y prensa es el campo natural de la comunicación.

"...entrando siempre te imaginas, que vas a llegar al radio o la televisión o al periódico."

"te venden mucho la idea del periodismo"

Encuentran incongruente esta idea con la enseñanza y capacitación que reciben a lo largo de la carrera, ya que las prácticas realizadas en los talleres, principalmente en radio y televisión son insuficientes.

"...vas a jugar a hacer televisión, radio incluso es cierto, a pesar de que estés en la preespecialidad de electrónicos sigues jugando a hacer radio o tele, cuando sales de aquí no es como lo aprendiste."

"...entras a los talleres y sí muy padre te emocionas, vas a hacer tele y radio, y resulta que no, no puedes mover nada, únicamente lo va a mover el técnico y tú te dedicas a hacer guiones y a conseguir material".

"no nos dejan usar la infraestructura pues sí, yo le veo ahí el problema".

El desconocimiento de otros posibles campos del ejercicio profesional de la comunicación, genera la persistencia de la idea de los medios masivos como única opción, sin embargo están conscientes de que existen otros y manifiestan su interés por conocerlos, incluso demandan esa información y orientación por parte de los profesores.

"..en un simposium nos daban la lista de otros campos que debíamos vislumbrar, como son las oficinas de prensa, las secretarías de gobierno, entre otras que muchas veces no contemplas, porque tenemos la idea de que los medios tradicionales, radio, prensa, televisión y punto,...creo que lo que hace falta es también que desde el principio te vayan indicando que hay otros campos y no sólo cuando tienes que elegir preespecialidad".

"la primera palabra periodismo la relacionas con un periódico, comunicación te quedas con la idea de la televisión, hay más campo, pero en realidad no muchos maestros te dicen que tienes muchas opciones"

Otros piensan que dedicarse al periodismo es la opción más fácil, para qué buscar otro campos.

" yo mejor me voy a meter a escritos y ya sé que tengo que trabajar en un periódico"

Manifiestan conocimiento de otras área como la comunicación organizacional, publicidad, labor en oficinas de prensa, en dependencias gubernamentales, incluso hay cierta inclinación hacia la investigación, saben que es importante, pero a ciencia cierta no saben dónde se pueden insertar, por lo que requieren de más orientación y formación en este campo.

"puedes hacer investigación, puedes aprender a hacer buenos sondeos, y qué pasa pocos son los profes que te dicen cómo hacer investigación"

"la comunicación organizacional es un campo bastante amplio y muy interesante, digamos, bastante nuevo, no muy explotado."

El interés que manifiestan por desarrollarse en algunos campos en especial, se enfoca principalmente a la radio y televisión, pero también señalan la posibilidad de adentrarse a otros campos como el de la publicidad, la comunicación organizacional o la investigación, sin embargo consideran importante tomar en cuenta el factor económico, ya que si bien buscan adentrarse en el campo de su preferencia, no es suficiente, es necesario contemplar el factor económico, ya que si hay otras opciones mejor pagadas, cambiarían el ideal por una oferta mejor remunerada.

"...desde que estás estudiando no puedes apartar lo económico, a lo mejor a ti te gusta hacer investigación, pero qué pasa, si quieres ser investigador, durante un buen tiempo te vas a morir de hambre, pero tú necesitas trabajar, ya no es tanto si te gusta o no, sino la oportunidad que se te presente."

"...si de repente te dicen, vas a trabajar en un periódico y vas a ganar tanto, así deteste escribir y si en ese momento necesito dinero y me van a pagar bastante, pues le entras..."

"...yo si quiero ganar dinero y si es en algo que me gusta qué bueno...hay muchas cosas que desconozco y me gustaría conocer"

Por otro lado también consideran importante la posición desde la clase social, y toman en cuenta que formando parte de la clase media, las necesidades que en ese momento tengan son determinantes.

“la clase media no te determina, sino tus necesidades de sobrevivencia...,esas necesidades van cambiando de prioridad ”

- EVALUACIÓN DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

El siguiente tópico se enfocó a la evaluación de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en Acatlán, en tres aspectos: el plan de estudios, planta docente y la vinculación entre teoría y práctica.

- PLAN DE ESTUDIOS

Sobre el plan de estudios, lo consideran inadecuado al contexto que vivimos, ya que éste no contempla la enseñanza en ciertas áreas de conocimiento como es la computación o el inglés, herramientas fundamentales para desarrollarse en el mercado laboral.

“yo creo que en una carrera como la nuestra la computación es muy importante e indispensable, creo que sería necesario que la pusieran como materia,...al igual que el idioma...”

Por otro lado a la par de esta necesidad, también consideran que hay muchos recursos y ofertas que no se aprovecha como es el centro de cómputo, pocos con los que buscan obtener estos conocimientos por su parte, sin que sea obligatorio; además de que la escuela no cuenta con una organización adecuada para atender las necesidades de periodismo, consideran que se le da prioridad a otras carreras.

“son cosas que a veces no sabemos aprovechar, por ejemplo está el centro de cómputo y la mayoría de los cursos que dan son muy interesantes”

En torno al plan de estudios lo consideran inadecuado al contexto, pero también señalan que es muy difícil que vaya a la par de la realidad, respondiendo a sus necesidades, ya que vivimos en una sociedad que cambia constantemente.

“el plan de estudios no está adecuado al contexto, es deficiente...”

“...va a ser muy difícil que en una realidad tan cambiante y más como la mexicana que está dando volteretas en cada momento, va a ser muy difícil que un plan de estudios, yo creo que en ningún lado, responda a las necesidades del contexto o de la sociedad...”

- SOBRE LA PLANTA DOCENTE

En cuanto a la planta docente, consideran que es insuficiente, y que hay muchos maestros que son muy malos, vienen un rato a su clase y que sólo asisten por el prestigio que les da ser catedráticos de la UNAM, es necesario que los maestros asuman su responsabilidad y que cumplan con sus deberes, y no sólo eso, es necesario planear y organizar una planta docente que satisfaga las necesidades de los estudiantes, además de ser responsable.

“...el problema no sólo es si el plan de estudios es deficiente, también la planta docente es insuficiente”

“... deberían obligar a los maestros a asumir su responsabilidad, abundan los buenos maestros, sí los he visto y todo, pero también pululan algunos que son pésimos...”

“...algunos son nefastos y a veces están en la UNAM por el caché que les da ser catedrático de la UNAM....”

- SOBRE LA VINCULACIÓN ENTRE TEORÍA Y PRÁCTICA

La opinión que tienen sobre la vinculación entre teoría y práctica se fundamenta principalmente en relación a los profesores, ya que de ellos depende, si procuran enlazar estas partes; sólo los maestros buenos se preocupan por ello

“... es necesario conjuntar la teoría y la práctica”

Consideran que en torno a las materias, más que vigentes se conservan por la posición que tienen, como es el caso de las que abordan a la radio y la televisión ya que están dentro del campo natural de la comunicación.

“...yo creo que sigue vigente su aprecio, los de electrónicos de verdad creen que están haciendo radio y no es así.

Sobre la importancia de vincular la teoría y la práctica, opinan que no pueden existir por separado, pero tampoco un estudiante se puede formar sólo de teoría o de práctica, pero también reconocen que para desenvolverse en los diferentes campos de la comunicación, no es requisito pasar por la universidad, ya que hay muchos profesionales que se formaron sólo en la práctica, pero desde su punto de vista es necesario llevar a la par y complementar la teoría y la práctica.

“...la teoría y la práctica simple y sencillamente no pueden ir separadas, no puedes decir te vas 7 años a estudiar teoría y luego vienes a la práctica”

“...cuánta gente hay que no vino a estudiar periodismo y es genial escribiendo, cuántos locutores están solitos operando”.

“para ser periodista no necesariamente tienes que estar en la escuela”

Para vincular adecuadamente a la teoría y la práctica, es necesario renovar el plan de estudios, en donde se consideren los elementos del contexto, con el fin de adecuarlo a las necesidades vigentes.

“necesitamos de un plan de estudios nuevo, de una carrera teórico-práctica, que de verdad nos haga poner los pies sobre la tierra de lo que es un medio, de lo que es hacer las cosas de verdad y no jugando a la escolita como aquí.”

Consideran que las preespecialidades, más que favorecerlos los perjudica debido a que no llega a ser ninguna especialización.

- SOBRE PRÁCTICA PROFESIONAL

La siguiente área que se abordó fue en torno a la práctica profesional, en cuanto a su concepto y posteriormente sobre el conocimiento y opinión que tienen sobre el área de Formación y Práctica Profesional.

- CONCEPTO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

En torno al concepto de práctica profesional hubo varias opiniones, que se complementan entre sí; unos hablan de que es un periodo de ensayo, en el cual se aplican los conocimientos que obtienen en las clases, además de que adquieren otro tipo de conocimientos propios del campo laboral, más que concepto esta idea va ligada a la práctica profesional que otros compañeros han realizado en diferentes instituciones, ya que incluso hablan de un compromiso entre la escuela y éstas, para que la práctica valga la pena, y les sea productivo tanto a ellos como a las empresas.

“debe ser un compromiso real entre los que organizan práctica profesional aquí y los medios, para que de verdad practiquen”

“que sea un práctica de verdad, una práctica real de acuerdo a los conocimientos que vas adquiriendo y que ya tienes...sino pierdes el tiempo es un gasto improductivo, porque no aprendes nada, no haces nada de provecho, estás perdiendo el tiempo y tu dinero, ni te contratan, ni te pagan ”.

Además de esto, dentro de la práctica consideran importante que se les tome en cuenta como parte del equipo de trabajo, que se les incorpore a él, lo mismo que se les corrija su desempeño, con el fin de aprender.

“...es importante que te empiecen a incorporar, que sientas que contribuiste”

“...te van a corregir para que adquieras conocimiento”.

- SOBRE EL CONOCIMIENTO DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL

La mayoría sabe que existe el área de Formación y Práctica Profesional, saben de él porque han recibido folletos, volantes, carteles, el “Zoom In”, o por pláticas con amigos y compañeros.

“...del Zoom in, volantes, folletitos, de pláticas que por ahí se escuchan”

El conocimiento que tienen es de forma general , pues aunque saben que la carrera cuenta con dicha área, en realidad desconocen su funcionamiento.

- NECESIDADES Y EXPECTATIVAS

Consideran que práctica profesional tiene que profesionalizarse, vincular más a la carrera con la realidad laboral, demandan más atención de esta área ya que consideran que sólo cumple el papel de mediador, canalizando a los alumnos a las empresas e instituciones, es necesario que no sólo cumpla esta tarea, sino que garantice una práctica profesional eficiente, en relación a que los alumnos pongan sus conocimientos en práctica, y que aprendan otros.

“la idea de práctica profesional es muy buena, pero le hace falta profesionalizarse más, ver los lazos de comunicación o de relación con otras instituciones”.

“la práctica profesional tendría que ser, que los conocimientos que aprendes aquí en la escuela los apliques en el ámbito profesional, pero resulta que práctica nada más cumple con el hecho de ser mediador y tu llegas ahí y lo que menos les importa es si manejas a Serrano o a Bourdieu..., ellos necesitan gente productiva”..

Consideran que la labor de práctica profesional no se puede limitar a canalizar a los alumnos, no basta con ser mediador, es necesario que se siga a los alumnos, supervisarlos para saber si están trabajando bien o si las labores asignadas por las instituciones satisfacen sus expectativas.

“de qué está sirviendo si nada más va a ser un mediador, que sea un mediador con mayor apertura a los estudiantes”.

Por otro lado consideran que práctica profesional es elitista, ya que desde su punto de vista no se les da la misma oportunidad a todos, ya que se han enterado de que amigos o conocidos de repente asisten a algún medio importante, sin embargo esta opinión es parte del desconocimiento que tienen, ya que de acuerdo a la organización

y funcionamiento de práctica profesional, antes de hacer la difusión de las opciones de práctica, se buscan candidatas en lista de espera, y a veces hay mucha demanda para alguna opción en específico, como es el caso de Multivisión, donde hay muchos alumnos esperando que se desocupe.

“...que no sea tan elitista, sino que si de verdad le den mayor apertura para que tengan una mayor oportunidad.”

Consideran que es necesaria una mayor difusión para que todos conozcan el área de práctica, así como las propuestas y oportunidades para realizar las prácticas profesionales.

“...que haya menos elitismo y mayor difusión para todos”

- ÁREAS DE INTERÉS

Al referirse a los lugares en dónde les gustaría hacer práctica profesional, más que empresas o instituciones específicas, demandan áreas de interés, ya que se manifestaron a favor de entrarle a otras alternativas que no sean los medios masivos, ya que dicen que si se habla tanto de otras ofertas, quieren saber dónde están y que se les abran esas puertas, sin embargo implícitamente, solicitan que se difunda aquellas prácticas en los medios masivos renombrados.

“...si hay mucha investigación, o comunicación social u oficinas de prensa, entonces buscar esas oportunidades que no son las ofertas cotidianas para un periodista o comunicólogo”

“...un día te enteraste de que un amigo o conocido se presentó a una práctica a un medio importante”

- SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Ligado a este tema se encuentra el de la difusión, ya que el conocimiento que tienen sobre el área de Práctica Profesional, recae principalmente en este punto, sobre los mecanismos de difusión opinan que no son suficientes, son buenos pero es necesario ser más constantes, incluso dicen que hay que ser obsesivos y hacer la invitación de forma interpersonal, por ejemplo repartir el Zoom In o los volantes en los salones y pasillos, ya que en el caso del Zoom, éste sólo se colocaba en la jefatura de periodismo o en el cubículo de práctica, esto se debe en gran parte a la ausencia de recursos ya que al no haber muchos ejemplares no alcanza para toda la carrera.

“...ser más obsesivos en la difusión de práctica profesional”

“... ir a los salones para difundirlo más”

En cuanto al tiempo que dura la práctica consideran adecuados los tres meses por dos razones, por un lado de ser más tiempo prefieren emplearlo en el servicio social, y otra parte los tres meses permite que tengan oportunidad varias personas para hacer práctica en una misma empresa y les permite rolar por varias opciones.

“... si los eternizan de hacer práctica un año, pues en ese año, yo creo que pueden ir 3 personas, creo que 3 meses es suficiente para que te empapes, no totalmente, pero si de lo que puedes hacer ahí, si se avienta una persona un año, puedes meter a cuatro en ese año, no nada más uno.”

Al no conocer la organización y funcionamiento del área de Formación y Práctica Profesional, existe descontento ya que no cubre sus necesidades y expectativas.

Consideran que es indispensable que esta área se ocupe por ampliar sus propuesta y funciones, ya que desde su punto de vista el papel que cumple es solo de mediador, y que no es suficiente con canalizar a los alumnos a las diferentes opciones, si en un principio surgió con esa idea, es necesario que se reconsidere, ya que ha crecido considerablemente y debe cumplir con otras necesidades.

“...parece que con conectar a los chavos a las prácticas es suficiente”

“...práctica profesional debería ser profesional...a lo mejor al inicio era un simple mediador, pero ahorita con el avance que ha tenido no cubre las necesidades, entonces le va a pasar que se va a quedar ahí.”

Por otra parte se debe hacer un seguimiento de su trabajo, que se supervise, tanto con los practicantes como con las instituciones, sin embargo también consideran que en parte también les corresponde a ellos la responsabilidad de informar sobre su desempeño, saber moverse, responder al conecte y abrirse paso ellos mismo con su propia iniciativa, están conscientes de que no es posible estar al pendiente de todos a la vez, ellos tienen una parte de responsabilidad.

“...imagínate tienes a 50 chavos haciendo práctica y que estés al pendiente de todos como que sería un poquito pesadito”.

“... ya debería ser iniciativa de nosotros como estudiante o como recién egresados, el saber movernos si ya me consiguieron el conecte, entonces ya me toca a mí”.

En cuanto a los elementos que ellos requieren para realizar práctica profesional, inicialmente es necesario que les guste, que les llame la atención que la vean productiva, es decir que saquen algo de

provecho, que les convenga estar ahí desde el punto de vista que al asistir aprendan algo, buscan adquirir conocimiento.

“ si requiero que me guste..., si a mí no me gusta lo que estoy haciendo, no puedo hacerlo bien,...en primera no iría a una práctica profesional que es un lugar que no me conviene.”

“...que te guste y que aprendas... no sólo que les guste, sino que si les estás sacando algo productivo para ellos y te sea productivo hacia ti.”

En cuanto a su funcionamiento es necesario que dicha área busque aumentar el vínculo con otras empresas o instituciones, en este sentido opinan que hay un problema grave, que no sólo es de la escuela, sino del país en general, un problema de estructura que limita el enlace entre industria y universidades.

“...lo óptimo sería, aunque rebasa lo que podría hacer, porque en sí es un problema de todo el país, ligar la industria con las universidades, es el eterno problema que todo mundo habla, pero que nadie hace nada, nadie se ocupa de eso”.

- PROPUESTAS Y SUGERENCIAS

Finalmente no consideran adecuado que práctica profesional se integre como materia al plan de estudios, ya que la consideraría como obligación o imposición y generaría muchos problemas en la carrera, ya que si ellos demanda que al lugar que asistan les guste, y si no hay alguna opción de su agrado, habrá un gran descontento.

“...yo pienso que no sea por obligación, por imposición, así como que ¡ay!, es como el servicio social, ¡guácala!”.

“...si la práctica profesional se impone, traería otro tipo de problemas y consecuencias, ahorita mucha gente no va porque no hay práctica en el lugar que les gusta, y si vas a ir obligatoriamente va a crear una serie de problemas muy grandes en la comunidad estudiantil”.

Ellos consideran más adecuado aumentar las oportunidades y alternativas de práctica profesional, así como la difusión, con el fin de hacerla más abierta y variada, y así abarcar toda la carrera.

“...no me gustaría que la práctica profesional se integre como materia al plan de estudios, si tiene mayor difusión y apertura, y funciona como departamento de práctica profesional, no es necesario, porque la demanda va a crecer”.

“... no hay necesidad de romper el hilo.”

A pesar de estas opiniones, antes de rechazar la idea, les gustaría conocer cómo se estructuraría, saber que ofrece y que beneficios obtendrían, por otra parte, plantean una solución, en todo caso consideran pertinente que la práctica se integrara como materia optativa, ya que las personas que trabajan no le podría dedicar tanto tiempo.

“...tendrían que ofrecernos que va a estar estructurada como materia práctica profesional, yo no sé nada, cuál sería su programa y los objetivos a alcanzar, igual y es interesante, tendría que someterse a un consenso general.”

“...podría tomarse como una materia quizá optativa”

“... no me parecería tan descabellada la idea, porque la práctica profesional robaría tiempo extra de a la escuela y hay mucha gente que trabaja y que no tiene posibilidades...”

Ellos proponen que se busque el vínculo al interior de la misma universidad, con Radio UNAM y TV UNAM, por ejemplo.

4.2. EVALUACIÓN DE LAS INSTITUCIONES

El área de Formación y Práctica Profesional, ha trabajado desde 1993, con más de 80 empresas e instituciones, pero como ya se mencionó, por diversos problemas como son el cambio de autoridades internas en las empresas o instituciones, lo cual ocasiona que la persona que coordina sale o cambia de lugar y por lo tanto se interrumpe el contacto para continuar las prácticas profesionales y la formalización de convenios, en otros casos debido a las ausencias de un proyecto de trabajo que especifique las actividades a realizar por los alumnos genera abandono de la práctica, y por lo tanto no existe interés por parte de los alumnos en asistir a ellas; también suele ocurrir que la persona con la que se tiene el contacto deja de trabajar en la empresa o institución y es difícil reanudar el convenio, incluso algunos de los contactos se realizan con egresados de la escuela; es importante señalar que aquellas que hemos clasificado como instituciones sociales, no cuentan con tanta preferencia para la realización de prácticas profesionales, incluso uno de los motivos para asistir es la posibilidad de obtener una ayuda económica, por lo que ese desinterés de los alumnos también determina la constancia y permanencia en el trabajo con algunas instituciones o empresas, podemos decir que depende de la oferta y la demanda.

Actualmente, el trabajo permanente y cercano se lleva a cabo con aproximadamente 30 instituciones y/o empresas; para realizar la evaluación de estas partes que intervienen en Práctica Profesional, se eligió a 12 empresas e instituciones de acuerdo a las siguientes características:

- son aquellas con las que se ha trabajado de forma estrecha y constante,
- cada una representa, de forma general, las diferentes áreas en las que se realizan prácticas profesionales .

Así se eligió a las siguientes:

- 1) Adelante en la Noticia
- 2) Centro de la Imagen
- 3) Centro de Producción de Programas Informativos y Eventos Especiales (Cepropiee)
- 4) Consejo Nacional de Población (Conapo)
- 5) EIKON
- 6) Escuela Nacional de Danza
- 7) El Universal
- 8) Multivisión Noticias
- 9) Ovaciones
- 10) Radio Educación
- 11) Revista del Consumidor
- 12) Video Omega

El objetivo de esta parte de la investigación, es conocer la perspectiva que tienen las empresas e instituciones que participan en el área de Formación y Práctica Profesional, saber de qué les sirve tener alumnos que practiquen en sus empresa, así como la calificación que otorgan al desempeño de éstos, qué beneficios obtienen y cuáles aportan a los alumnos que asisten a las prácticas.

Para ello se elaboró un cuestionario para la encuesta enviada por fax, y elaborada de acuerdo a la tabla de especificaciones que se presenta más adelante.

4.2.1. METODOLOGÍA

La metodología que se siguió para esta parte de la investigación, consistió en:

- Definir los objetivos particulares: precisa la información que se necesita obtener por parte de las instituciones y/o empresas,
- Determinar la técnica adecuada para alcanzar dichos objetivos, la encuesta por correo, en este caso vía fax,
- Elegir las instituciones o empresas que serían las adecuadas para proporcionar la información requerida,
- Aplicación de la encuesta, realización del envío por fax, y
- Por último organizar, sistematizar y analizar la información obtenida para finalmente presentar los resultados.

Durante la aplicación se presentaron algunos problemas técnicos en cuento al envío y regreso del fax, así como algunos incumplimientos de las fechas determinadas

4.2.1.1. SELECCIÓN DE LA TÉCNICA

Se seleccionó la técnica de la encuesta por correo, designada así formalmente, en este caso se modificó y el envío se realizó vía fax, las razones de esta selección se exponen a continuación:

Al momento de precisar la técnica que sería la adecuada para obtener la información requerida, ésta debía contemplar las siguientes características:

- debía ser una técnica concreta, precisa y breve, ya que la naturaleza y ritmo de trabajo de cada una de las personas que

coordina práctica profesional al interior de las empresas o instituciones, no les permitiría emplear mucho tiempo, que tendrían que restar de sus labores.

Inicialmente se planeó la aplicación de entrevistas semiprofundas, sin embargo para esta técnica es necesario emplear alrededor de 2 horas, tiempo que pocas personas de las seleccionadas estaría dispuestas a proporcionar, por ello se debía unificar la técnica para obtener información, de esta forma se determinó utilizar la técnica de la encuesta por correo que se enviaría vía fax, a todos por igual, esta técnica les deja abierta la posibilidad de responderla en su tiempo libre, sin embargo se les fijó una fecha de reenvío de sus cuestionarios respondidos, que fue del 30 de junio al 3 de julio de 1997.

El cuestionario enviado por correo, determinado así formalmente, es considerado como un tipo de encuesta, "ya que permite la recopilación de datos mediante las respuestas de las personas interrogadas llamadas también sujetos de la encuesta. A diferencia de la entrevista, dicho cuestionario no requiere de la presencia del encuestador, el encuestado lo llena por sí mismo, la diferencia sustancial entre la entrevista y la encuesta es la presencia o ausencia del encuestador" (Ander - Egg, 1990; p. 245)

- Otra de las razones para aplicar esta encuesta fue la ventaja de abarcar una área geográfica extensa, en un determinado tiempo, ya que son grandes las distancias entre una y otra institución, y resulta complicado visitar a cada una, considerando los tiempos de la investigación determinados para levantar los datos.

Sin embargo esta técnica también tiene desventajas: la posibilidad de obtener respuestas es cerrada, ya que dentro de la encuesta se especifican las opciones a contestar, por lo que no existe la posibilidad de intercambiar opiniones y expresiones.

4.2.1.2. DISEÑO DEL INSTRUMENTO

A continuación se presenta la tabla de especificaciones elaborada conforme a las variables que interesan conocer, y de acuerdo a los objetivos de esta parte de la investigación.

En ella se contemplan los siguientes aspectos: concepto de práctica profesional, existencia de proyectos particulares por institución y/o empresa de práctica profesional, actividades realizadas por los alumnos, formación académica y características profesionales ideales para la realización de prácticas, conocimientos que proporcionan a los practicantes, evaluación del desempeño que desarrollan los alumnos que asisten a las prácticas, posibilidades de empleo, opinión sobre la organización y funcionamiento del área de práctica profesional, beneficios obtenidos por las empresas y por último sus propuestas o sugerencias.

TABLA DE ESPECIFICACIONES

CONCEPTO (Variables)	CATEGORÍAS (Dimensiones)	INDICES (Aspectos)
1.PRÁCTICA PROFESIONAL	1.1. Definición práctica 1.2. Definición contextual 1.3. Otra	1.1.1. Ejercicio profesional en el campo laboral de la comunicación 1.2.1. Periodo en que los alumnos ponen en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en el aula mientras estudian.

2. PROYECTO DE PRÁCTICA PROFESIONAL	2.1. Cuentan con proyecto	2.1.1. Si 2.1.2. No
3. ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS ALUMNOS	2.2. Características del proyecto 3.1. Características de las actividades	2.2.1. Respuesta abierta 3.1.1. Respuesta abierta
4. PERFIL DE LOS ALUMNOS	4.1. Características profesionales 4.2. Formación académica	4.1.1. Experiencia previa 4.1.2. Disponibilidad de tiempo 4.1.3. Capacidad para trabajar bajo presión 4.1.4. Puntualidad 4.1.5 Responsabilidad 4.1.5. Iniciativa en el trabajo 4.1.6. Sociabilidad 4.1.7. Otro 4.2.1. Conocimientos teóricos 4.2.2. Conocimientos metodológicos 4.2.3. Conocimientos técnicos
5. CONOCIMIENTOS QUE ADQUIEREN LOS ALUMNOS DURANTE LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN LAS DIFERENTES ÁREAS	5.1. Radio 5.2. Televisión 5.3. Periodismo escrito 5.4. Videotecas 5.5. Post - producción de video 5.6. Investigación en comunicación 5.7. Departamentos de comunicación social u oficinas de prensa	Respuesta abierta

	<p>5.8. Comunicación interna</p> <p>5.9. Difusión y Relaciones Públicas</p> <p>5.10. Publicidad</p> <p>5.11. Monitoreo, análisis y síntesis informativa.</p> <p>5.12. Otra</p>	
6. SELECCION PREVIA DE PRACTICANTES	<p>6.1. Realizan selección previa</p> <p>6.2. En qué consiste la selección</p>	<p>6.1.1. Si</p> <p>6.1.2. No</p> <p>Respuesta abierta</p>
7. DESEMPEÑO DE LOS PRACTICANTES	<p>7.1. Evaluación del desempeño del alumno durante la práctica profesional</p>	<p>7.1.1. Excelente</p> <p>7.1.2. Muy bueno</p> <p>7.1.3. Bueno</p> <p>7.1.4. Regular</p> <p>7.1.5. Malo</p>
8. EMPLEO	<p>8.1. Posibilidades de proporcionar empleo a los practicantes</p> <p>8.2. Factores que intervienen</p>	<p>8.1.1. No hay posibilidades</p> <p>8.1.2. Posibilidades a corto plazo</p> <p>8.1.3. Posibilidades a mediano plazo</p> <p>8.1.4. Posibilidades a largo plazo</p> <p>8.2.1. Depende del desempeño profesional de los practicantes</p> <p>8.2.2. Depende de las oportunidades para contratar personal</p>

<p>9 ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL</p>	<p>9.1 Coordinación con el área de Formación y Práctica Profesional</p> <p>9.2. Servicio del área de Formación y Práctica Profesional</p> <p>9.3. Tiempo adecuado para desarrollar una práctica profesional</p>	<p>9.1.1. Suficiente 9.1.2. Insuficiente</p> <p>9.2.1. Eficiente 9.2.2. Deficiente</p> <p>9.3.1. 1 mes 9.3.2. 2 meses 9.3.3. 3 meses 9.3.4. 4 meses 9.3.5. 5 meses 9.3.6. 6 meses 9.3.7. Otro</p>
<p>10. BENEFICIOS</p> <p>11. PROPUESTAS O SUGERENCIAS</p>	<p>10.1. Beneficios que obtiene la empresa al permitir la práctica profesional de alumnos de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán.</p>	<p>10.1.1. Formación de cuadros operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente la empresa</p> <p>10.1.2. Personal que realice actividades sin inversión económica</p> <p>10.1.3. Al permitir práctica profesional la empresa genera una imagen altruista que le beneficia.</p>

CUESTIONARIO APLICADO:
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN
FORMACIÓN Y PRACTICA PRÁCTICA PROFESIONAL

EVALUACIÓN DE INSTITUCIONES Y EMPRESAS

La finalidad de este cuestionario es evaluar la participación de alumnos e instituciones que se encuentran dentro del área de Formación y Práctica Profesional, a partir de la experiencia de los responsables de la práctica profesional al interior de la empresa y/o institución.

INSTRUCCIONES: Indique las respuestas adecuadas de acuerdo a la pregunta.

- 1) Institución o empresa _____
- 2) Nombre del responsable de práctica profesional: _____
- 3) Tiempo de coordinar práctica profesional _____
- 4) Indique qué definición considera adecuada para el concepto de práctica profesional:

La práctica profesional es:

El ejercicio profesional de la carrera de comunicación en el campo laboral.	
Período en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución y/o empresa de comunicación para poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en el aula.	
OTRA:	

5) Cuentan con proyecto de práctica profesional:
SI _____ NO _____

6) En caso afirmativo cuál es el tipo de proyecto (de ser posible anexar proyecto)

7) Qué actividades realizan los alumnos durante la práctica profesional:

8) Qué características profesionales requieren los alumnos que desean realizar Práctica Profesional en su institución o empresa: (Numere del 1 al 7 en orden de importancia)

Experiencia Previa	
Disponibilidad de tiempo	
Capacidad para trabajar bajo presión	
Puntualidad	
Responsabilidad	
Iniciativa para el trabajo	
Sociabilidad	
OTRO:	

9) Indique en orden de importancia el tipo de conocimientos que requieren principalmente los alumnos para desempeñar adecuadamente la Práctica Profesional: (numere del 1 al 3)

Conocimientos teóricos	
Conocimientos metodológicos	
Conocimientos técnicos	
OTRO:	

10) De la siguiente lista señale en que áreas los alumnos realizan práctica profesional, numere en orden de importancia. Si sólo existe una área márquela con una "X".

Post - producción de video	
Comunicación interna	
Investigación en comunicación	
Depto. de Comunicación social u Oficinas de Prensa	
Publicidad	
Radio	
Relaciones Públicas y Difusión	
Televisión	
Periodismo escrito	
Videotecas	
Monitoreo, análisis y síntesis informativa	
OTRA:	

11) Qué conocimientos y habilidades adquieren los alumnos durante la Práctica Profesional: _____

12) Realizan una selección previa para elegir a los practicantes:

SI _____ NO _____

13) En caso afirmativo en qué consiste (qué características toman cuenta para seleccionar a los alumnos) _____

14) En general, indique que calificación le otorga al desempeño de los practicantes:

Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Otro:	

15) Indique qué posibilidades tienen los practicantes de obtener empleo en su institución o empresa:

Posibilidades a largo plazo	
Posibilidades a mediano plazo	
Posibilidades a corto plazo	
No hay posibilidades	

16) Indique cuál es el factor principal que determina la posibilidad de empleo:

El desempeño profesional de los practicantes	
Escuela de procedencia	
Oportunidades para contratar personal (disposición de plazas)	
OTRAS:	

17) Indique como considera la coordinación entre su institución o empresa y el área de Formación y Práctica Profesional:

Suficiente	
Insuficiente	

18) Indique como considera el servicio que proporciona Formación y Práctica Profesional es:

Eficiente	
Deficiente	

19) Indique cuánto tiempo considera adecuado para que los alumnos realicen Práctica Profesional en su institución o empresa:

1 mes	
2 meses	
3 meses	
4 meses	
5 meses	
6 meses	
OTRO:	

20) De la siguiente lista enumere del 1 al 3 en orden de importancia, señale cuáles son los principales beneficios que obtiene la institución o empresa al permitir que los alumnos realicen práctica profesional.

Formación de cuadros operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente la empresa.	
Personal que realice actividades sin inversión económica.	
Al permitir práctica profesional la empresa genera una imagen altruista que le beneficia socialmente.	
OTRA OPCION:	

20) Propuestas o sugerencias _____

GRACIAS

4.2.2. RESULTADOS

A continuación se presentan en dos partes, los resultados obtenidos de la encuesta; en primera instancia se exponen los datos de forma individual por empresa o institución y posteriormente se hace una comparación y explicación de forma general.

1) ADELANTE EN LA NOTICIA:

Diario mexiquense del municipio de Tlalnepantla.

- Persona que coordina práctica profesional: Joel Granados Gutiérrez, director general y Saúl Hernández Pichardo, jefe de redacción.
- Tiempo de coordinar práctica profesional: 6 años.
- Definen práctica profesional como: un período en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución y/o empresa de comunicación para poner en práctica los conocimientos teóricos en el aula. Además agregan que es una exigencia académica para que el alumno se encuentre con la realidad de la práctica.
- Cuentan con proyecto en donde los objetivos consisten: en cuestionar al alumno sobre su elección de la carrera de comunicación o periodismo; busca reafirmar valores vocacionales, éticos, profesionales y de servicio; promueve el conocimiento de los diferentes géneros periodísticos informativos, en el espacio político, social y toda la gama de aspectos que constituyen noticia.
- Al iniciar práctica profesional en ADELANTE EN LA NOTICIA, se les informa sobre lo que es un diario, cómo se integra y su proceso de producción; se les orienta y capacita para que utilicen el equipo de cómputo, conocen las diferentes fuentes de información, se les asigna una fuente específica para que la cubran, se les corrige el estilo de la redacción, se les exige responsabilidad, se busca aterrizar la teoría con la práctica
- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Responsabilidad, Puntualidad, Iniciativa para el trabajo, Disponibilidad de tiempo, Sociabilidad, Capacidad

para trabajar bajo presión Experiencia previa y agrega Vocación y Actitud propositiva.

- En primera instancia los conocimientos que requieren los alumnos que desean realizar práctica profesional en ADELANTE EN LA NOTICIA, deben ser teóricos y posteriormente metodológicos y técnicos.

- El área en la que se desarrollan es en la de periodismo

- En cuanto a las habilidades y conocimientos, los alumnos conocen a fondo su carrera, sus posibilidades de desarrollo, perspectivas y vocación, se les prepara para realizar su trabajo con calidad.

- Para que los alumnos ingresen a ADELANTE EN LA NOTICIA, no realizan una selección previa, ya que consideran que todos los jóvenes que estudian la carrera merecen una oportunidad.

- En general consideran que el desempeño de los practicantes es: Bueno.

- En este caso las posibilidades para obtener empleo, son a corto plazo que depende principalmente del desempeño profesional de los practicantes.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y ADELANTE EN LA NOTICIA la considera insuficiente, (desde su punto de vista existía una comunicación estrecha sin embargo se ha reducido) mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo de la práctica profesional considera adecuado que dure 4 meses.

- Respecto a los beneficios, que recibe ADELANTE EN LA NOTICIA, principalmente está, formar cuadros operativos que se insertarán posteriormente formal y laboralmente a su empresa

En el rubro de propuestas y sugerencias considera conveniente que se mantenga una mayor coordinación entre ADELANTE EN LA NOTICIA y el área de Formación y Práctica Profesional, con el fin de hacer evaluaciones más cercanas y de fondo para mejorar la calidad profesional, también proponen hacer entrega formal de un testimonio escrito de la práctica de los alumnos, con el fin de que estimule la emotividad vocacional de las nuevas generaciones.

2) CENTRO DE LA IMAGEN:

- Persona que coordina práctica profesional: Emelina Paniagua, coordinadora de servicios educativos

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 1 año 3 meses.

- Define la práctica profesional como: el período en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución y/o empresa de comunicación para poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula.

- El Centro de la Imagen no cuenta con proyecto.

- Las actividades que realizan se enfocan principalmente al área de difusión, en donde colaboran en la organización y difusión de eventos como Fotoseptiembre, la Bial de fotografía, etc.

Específicamente se dedican a apoyar el enlace con fotógrafos e instituciones que se interesan en difundir y promover la fotografía, por otro lado también colaboran en la elaboración de catálogos.

- Las características que demanda de los practicas se enumeran en orden de importancia: Responsabilidad, Puntualidad, Iniciativa para el trabajo, Disponibilidad de tiempo, Capacidad para trabajar bajo presión, sociabilidad, Experiencia previa y por último agregan interés por aprender.
- Los conocimientos que requieren los practicantes, deben ser metodológicos, y segundo y tercer plano, teóricos y técnicos.
- Las áreas en donde los alumnos realizan práctica profesional son: difusión y relaciones públicas, oficina de prensa, comunicación interna y post - producción en video.
- En cuanto a las habilidades y conocimientos que adquieren, principalmente destaca el que los alumnos se enfrenten con la realidad, ya que de acuerdo a las situaciones que se presentan en el trabajo cotidiano es necesario que los practicantes resuelvan los problemas que se presentan, algo que no aprenden teóricamente en la escuela.
- Para que los alumnos ingresen al Centro de la Imagen realizan una selección previa, que consiste en una autoevaluación, enfocado a su interés, responsabilidad, puntualidad, capacidad para resolver problemas, disponibilidad de horario.
- Consideran que el desempeño de los practicantes es: Bueno.
- En cuanto a las posibilidades que existen para obtener empleo, son a largo plazo; lo cual depende de dos elementos el desempeño de los practicantes y la disposición de plazas.
- Sobre la coordinación entre práctica profesional y el Centro de la imagen, la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente..

- En cuanto al tiempo para realizar una práctica profesional considera adecuado 6 meses.

- Los beneficios que obtiene el centro de la imagen al recibir practicantes, se enfocan principalmente a la formación de cuadros operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente a su empresa, sin embargo aclara que de acuerdo a la situación del país, esto no se puede llevar a cabo.

En el rubro de propuestas y sugerencias considera adecuado que al inicio de la práctica, se le informe al alumno su significado y sentido, haciendo hincapié en que la actitud y aptitud profesional le facilitará y abrirá el camino hacia el futuro.

3. CEPROPIEE

- Persona que coordina práctica profesional: Alejandro Sánchez Guil-liem, jefe del departamento de recursos humanos.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 2 años.

- Define la práctica profesional como: el período en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución y/o empresa de comunicación para poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula.

- CEPROPIEE no cuenta con proyecto.

- Las actividades que realizan se enfocan a las síntesis informativa, monitoreo, edición, calificación y clasificación de material de video, contabilización de tiempos oficiales en t.v., análisis de radio y televisión, elaboración de copiosos transfers y ediciones, guiones de radio y televisión, producción y post - producción de programas.

- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Iniciativa para el trabajo, Responsabilidad, Experiencia previa, Disponibilidad de tiempo, Capacidad para trabajar bajo presión, Puntualidad y Sociabilidad.

- En primera instancia los conocimientos que requieren los alumnos que desean realizar práctica profesional en CEPROPIEE, deben ser técnicos, posteriormente los teóricos y metodológicos.

- Las áreas en donde los alumnos realizan práctica profesional son: post - producción de video, televisión, videoteca y radio.

- En cuanto a las habilidades y conocimientos que adquieren, los alumnos se desarrollan en todas aquellas relacionadas con la producción de programas televisivos.

- Para que los alumnos ingresen a CEPROPIEE realizan una selección previa, donde se toma en cuenta la disposición que tengan para realizar la práctica profesional, la responsabilidad que muestren, los conocimientos básicos que tengan sobre la comunicación, así como la iniciativa para realizar las labores encomendadas.

- En general consideran que el desempeño de los practicantes es: Bueno.

- En este caso no existen posibilidades para obtener empleo.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y el CEPROPIEE, la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo consideran adecuados los 3 meses para llevar a cabo la práctica profesional.

- Respecto a los beneficios, CEPROPIEE considera que en primera instancia genera una imagen altruista que le beneficia ante la sociedad, posteriormente forma cuadros operativos y por último obtiene personal que realiza actividades sin inversión económica.

En el rubro de propuestas y sugerencias considera adecuado que a CEPROPIEE, se le proporcione información sobre el perfil de estudiantes y el plan de estudios de nuestra carrera.

4. CONAPO

- Persona que coordina práctica profesional: Ma. de Lourdes Rodríguez del Prado, asistente en comunicación:

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 5 años.

- Concepto de práctica profesional: lo define como el ejercicio profesional de la carrera de comunicación en el campo laboral.

- CONAPO, no cuenta con un proyecto permanente y específico; en el momento que necesitan de practicantes, lo desarrollan de acuerdo a las actividades que autoriza la dirección de comunicación en población.

- Las actividades que realizan varían de acuerdo al momento en que soliciten los practicantes y a los proyectos; por ejemplo en las campañas nacionales, llevan a cabo producción de mensajes para radio y televisión o asistencia en el programa radiofónico que se produce entre CONAPO-IMER

- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Responsabilidad, Disponibilidad de tiempo, Iniciativa para el trabajo, Puntualidad, Capacidad para trabajar bajo presión, Sociabilidad y Experiencia previa.

- En primera instancia los conocimientos que requieren los alumnos que desean realizar práctica profesional en CONAPO, deben ser teóricos, y posteriormente los metodológicos y técnicos.

- Las áreas en donde los alumnos desarrollan la práctica profesional son: investigación en comunicación, comunicación interna, relaciones públicas y difusión, periodismo escrito, videotecas, monitoreo, análisis y síntesis informativa, producción radiofónica y análisis bibliohemerográfico y publicidad.

- En cuanto a las habilidades y conocimientos que adquieren, los alumnos principalmente se encuentran inmersos en el desarrollo de campañas de difusión en los medios masivos por lo que conocen todo lo que se requiere para su lanzamiento, desde su aspecto creativo, solicitud de tiempos en radio y televisión, así como la producción de los mensajes y de materiales impresos de apoyo.

- CONAPO no realiza una selección previa, admiten a los alumnos que ya son elegidos desde la ENEP.

- En general consideran que el desempeño de los practicantes es: Excelente.

- En este caso las posibilidades que existen para obtener empleo son a largo plazo; esto depende de las disposición de plazas que existen en ese momento, además de que en CONAPO constantemente hay cambios en la administración.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y CONAPO, la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo consideran adecuado que se aumente a 4 meses.

- Respecto a los beneficios, CONAPO considera que en primera instancia forma cuadros operativos que posteriormente se insertaran formal y laboralmente en la empresa, en segundo lugar obtiene personal que realiza actividades sin inversión económica y agrega que le provee de una diversidad de criterios y conocimientos en algunas propuestas.

En el rubro de propuestas y sugerencias considera adecuado que se aumente el número de meses de la práctica, ya que desde su punto de vista, en cuanto los alumnos están capacitados ya no hay mucho tiempo para que se desarrollen en otras áreas.

5. EIKON, S.C.

- Persona que coordina práctica profesional: Araceli González Martínez, secretaria administrativa.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 4 años.

- Define la práctica profesional como: el período en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución o empresa para poner en práctica los conocimientos teóricos que adquieren en el aula.

- EIKON S.C. no cuenta con proyecto específico para que los alumnos se inserten en a las prácticas.

- Las actividades que realizan se enfocan a la investigación en comunicación, ya que los alumnos se insertan en las áreas donde se desarrolla el trabajo de EIKON, las actividades principales son procesamiento, captura y análisis de los datos obtenidos en las investigaciones.
- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Iniciativa para el trabajo, Responsabilidad, Puntualidad, Sociabilidad, Disponibilidad de tiempo, Capacidad para trabajar bajo presión y Experiencia previa.
- En primera instancia los conocimientos que requieren los alumnos que desean realizar práctica profesional en EIKON, deben ser metodológicos, y posteriormente los teóricos y técnicos.
- Las áreas en donde los alumnos desarrollan la práctica profesional son: comunicación interna e investigación en comunicación
- En cuanto a conocimientos los alumnos aprenden a desarrollarse dentro de las investigaciones que lleva a cabo EIKON, por otro lado en cuanto a habilidades, hacen uso de la computadora, además de que adquieren la confianza en sí mismos para tomar algunas decisiones y realizar actividades como la atención de clientes vía telefónica, envío de fax, entre otras.
- EIKON no realiza una selección previa.
- En general consideran que el desempeño de los practicantes es: Excelente.
- En este caso las posibilidades que existen para obtener empleo son a mediano plazo; esto depende del desempeño profesional de los practicantes.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y EIKON, la considera Suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo considera adecuado que la práctica profesional dure 5 meses.

- Respecto a los beneficios, EIKON considera que en primera instancia forma cuadros operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente en la empresa, en segundo lugar obtiene personal que realiza actividades sin inversión económica y por último al recibir practicantes le genera una imagen altruista que le favorece socialmente.

En el rubro de propuestas y sugerencias considera que la práctica profesional es indispensable para que los alumnos tengan una visión más amplia en la resolución de problemas de carácter laboral. Es importante que los practicantes tengan mayor información del trabajo que se desempeña en dicho lugar, para que al llegar les sea familiar la forma de conducción de una empresa, y en consecuencia se sienta a gusto en su práctica profesional.

6. EL UNIVERSAL

- Persona que coordina práctica profesional: Lic. Alejandro Jiménez Martín del Campo, jefe de hemeroteca - editorialista.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 6 años.

- Define la práctica profesional como: el ejercicio profesional de la carrera de comunicación en el campo laboral.

- EL UNIVERSAL no cuenta con proyecto específico para que los alumnos se inserten en las prácticas.

- Las actividades que desarrollan se enfocan al reporte, (real no figurado), publican sus notas, monitoreo en radio y televisión, en donde se supervisa y cuida su ortografía, sintáxis y redacción.

- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Responsabilidad, Disponibilidad de tiempo, Puntualidad, iniciativa para el trabajo, Capacidad para trabajar bajo presión, Sociabilidad y Experiencia previa.

- En primera instancia los conocimientos que requieren los alumnos que desean realizar práctica profesional en EL UNIVERSAL, deben ser teóricos, posteriormente los metodológicos y técnicos.

- Las áreas en donde los alumnos desarrollan la práctica profesional son: periodismo escrito y monitoreo, análisis y síntesis informativa.

- En cuanto a habilidades y conocimientos los alumnos desarrollan la redacción noticiosa y adquiere cultura general, política y económica.

- EL UNIVERSAL realiza una selección previa de los practicantes, ésta consiste en un cuestionario sobre cultura política, económica y general, además de que se les pide una crónica para conocer su nivel de redacción y hasta su madurez personal.

- En general consideran que el desempeño de los practicantes es: Muy bueno.

- En este caso las posibilidades que existen para obtener empleo son a largo plazo; esto depende de la disposición que exista de plazas.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y EL UNIVERSAL la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo considera adecuado que la práctica profesional dure 6 meses. (De hecho dura 6 meses)

- Respecto a los beneficios, EL UNIVERSAL considera que en primera instancia forma cuadros operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente en la empresa, en segundo lugar obtiene personal que realiza actividades sin inversión económica y por último al recibir practicantes le genera una imagen altruista que le favorece socialmente.

No hubo propuestas o sugerencias.

7. ESCUELA NACIONAL DE DANZA

- Persona que coordina práctica profesional: Lic. Fernando Aragón Monroy, jefe de la unidad de coordinación de carreras.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 1 año nueve meses.

- Define la práctica profesional como: el periodo en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución para poner en práctica los conocimientos que adquieren en el aula. Además agrega a la experiencia laboral que enriquece su formación académica.

- La ESCUELA NACIONAL DE DANZA, sí cuenta con proyecto, éste comprende 5 áreas en donde desarrollan las siguientes actividades:

1) Evaluación y seguimiento (realización) de los órganos internos de comunicación (gaceta interna y periódico mural)

- 2) Apoyo para la planeación, organización y ejecución de eventos académicos y artísticos.
- 3) Difusión de eventos académico-artísticos (encuentros pedagógicos, funciones de danza, exposiciones)
- 4) Revisión (corrección de estilo) de folletería
- 5) Difusión de la carrera que ofrece la institución.

- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Responsabilidad, Capacidad para trabajar bajo presión y Sociabilidad; además agrega el compromiso e interés por vincularse al trabajo interdisciplinario, comunicación - arte, danza - educación.

- En primera instancia los conocimientos que requieren los alumnos que desean realizar práctica profesional en la ESCUELA NACIONAL DE DANZA, deben ser teóricos y posteriormente los metodológicos y técnicos.

- Las áreas en donde los alumnos desarrollan la práctica profesional son: comunicación social, relaciones públicas y difusión, (propriadamente promoción y difusión cultural), producción de material impreso, periodismo escrito y comunicación interna.

- En cuanto a habilidades y conocimientos los alumnos desarrollan la redacción la organización y producción de gacetas, folletos y avisos, uso y manejo de computadora, capacidad para relacionarse laboralmente, y nociones de diseño gráfico.

- La ESCUELA NACIONAL DE DANZA realiza una selección previa de los practicantes, ésta consiste en una entrevista personal en donde sondan el interés por realizar la práctica profesional en la institución, asimismo consideran su disposición al trabajo en cualquiera de sus diferentes fases.

- En general consideran que el desempeño de los practicantes es: Excelente.

- En este caso generalmente no existe posibilidades para obtener empleo, ya que en el sector gubernamental hay restricción de plazas o congelamiento.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y el LA ESCUELA NACIONAL DE DANZA la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo considera adecuado que la práctica profesional dure 6 meses.

- Respecto a los beneficios, la ESCUELA NACIONAL DE DANZA, no considera que le favorezca de forma material o utilitaria, más bien hay un intercambio académico - profesional. Académico porque la estancia del practicante en la institución le permite incorporarse al proceso productivo, que le permite obtener conocimientos y habilidades que contribuyan a su formación académica y profesional. Es académico para la institución porque a través del alumno obtienen información del espacio escolar que enriquece el trabajo de la institución no sólo hablando de la teoría, sino también de aspectos técnicos. Es laboral porque finalmente tanto la institución como el alumno establecen un convenio de trabajo que contribuye a la consecución de los objetivos de la institución. El convenio determina "quién hace qué y "en qué momento". En ese sentido hablamos de un compromiso que si bien no tiene sentido formal, no deja de ser importante en el logro de las metas de la empresa.

No hubo propuestas o sugerencias

8. MULTIVISIÓN - NOTICIAS

- Persona que coordina práctica profesional: Lucero Ramos e Irma Lilia Mora Juárez, asistente de producción.
- Tiempo de coordinar práctica profesional: 3 años.
- Define la práctica profesional como: el ejercicio profesional de la carrera de comunicación en el campo laboral.
- MULTIVISIÓN no cuenta con proyecto de práctica profesional
- Las actividades que desarrollan se enfocan a la selección de material para la realización de programas noticiosos como son: "Para empezar", "Para usted", "Entrevistas" y Especiales. Registro, clasificación y captura de información videográfica, vaciados de imagen de un formato a otro(¾ a Hi, Betacam). Principios de edición, grabación de señales nacionales e internacionales.
- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Puntualidad, Iniciativa para el trabajo, Responsabilidad, Disponibilidad de tiempo, Capacidad para trabajar bajo presión, Sociabilidad y Experiencia previa.
- Los conocimientos técnicos son los más importantes para que los alumnos desarrollen práctica profesional, en MULTIVISIÓN, posteriormente se encuentran los teóricos y metodológicos.
- Las áreas en donde los alumnos desarrollan la práctica profesional son: videoteca, televisión y post - producción de video.

- En el caso de MULTIVISION, los alumnos desarrollan la habilidad de trabajar bajo presión al preparar un noticiario en vivo, aprenden a manejar máquinas Hi8 y 3/4. Por otro lado adquieren conocimientos generales sobre noticias nacionales e internacionales.

- MULTIVISIÓN realiza una selección previa de los practicantes, ésta consiste en poner una semana a prueba los candidatos, durante este tiempo se evalúa su responsabilidad, puntualidad, iniciativa, constancia criterio para seleccionar imágenes de buena o mala calidad, interés y disponibilidad de tiempo.

- En general consideran que el desempeño de los practicantes es: Regular.

- En este caso las posibilidades que existen para obtener empleo son a largo plazo; esto depende del desempeño profesional de los practicantes y de oportunidades para contratar personal, es decir la disposición de plazas.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y el MULTIVISION la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo de la práctica profesional considera adecuados los 3 meses.

- Respecto a los beneficios, que recibe MULTIVISIÓN, considera en primera instancia cuenta con personal que realiza actividades sin inversión económica, en seguida al recibir practicantes le genera una imagen altruista que le beneficia socialmente, por último forma cuadros operativos que posteriormente se insertan formal y laboralmente en su empresa.

En el rubro de propuestas o sugerencias, consideran adecuado que se lleve a cabo una mejor selección de los alumnos que se envían como candidatos.

9. OVACIONES

- Persona que coordina práctica profesional: Urso Martín Camacho Roque, jefe de la sección de Cables.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 1 año seis meses.

- Concepto de práctica profesional: lo define como el ejercicio profesional de la carrera de comunicación en el campo laboral.

- OVACIONES no cuenta con proyecto de práctica profesional

- Las actividades que desarrollan los alumnos en OVACIONES, dependen de las necesidades de la jefatura de información con respecto a los asuntos periodísticos interesantes para el medio.

- Las características que demandan de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Capacidad para trabajar bajo presión, Responsabilidad, Iniciativa para el trabajo, Puntualidad, Disponibilidad de tiempo, Experiencia previa y Sociabilidad.

- En este caso los conocimientos que requieren los alumnos para desempeñar su práctica profesional en OVACIONES, son los teóricos, posteriormente los técnicos y metodológicos.

- Las áreas en donde los alumnos desarrollan la práctica profesional son: periodismo escrito y monitoreo, análisis y síntesis informativas.

- En el caso de OVACIONES, los alumnos desarrollan la habilidad para manejar computadoras, específicamente procesadores de texto, corrección de notas, captura de información, reporte y redacción de notas, proceso de trabajo en la mesa de guardia.

- OVACIONES no realiza una selección previa de los practicantes.
- En general considera que el desempeño de los practicantes es: Bueno.

- En este caso las posibilidades que existen para obtener empleo son a mediano plazo; esto depende de las oportunidades para contratar personal, es decir la disposición de plazas y además toman en cuenta el desempeño de los practicantes.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y el OVACIONES la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo de la práctica profesional considera adecuados los 3 meses.

- Respecto a los beneficios, que recibe OVACIONES, considera en primera instancia cuenta con personal que realiza actividades sin inversión económica, posteriormente forma cuadros operativos que posiblemente se insertan formal y laboralmente en su empresa, por último al recibir práctica profesional le genera una imagen altruista que le favorece socialmente.

En el rubro de propuestas o sugerencias, consideran adecuado que se formalice la coordinación de práctica profesional y la Ovaciones, que se haga una mejor selección de los practicantes con el fin de que converjan las expectativas de los alumnos y de la empresa.

10. RADIO EDUCACIÓN

- Persona que coordina práctica profesional: Mary Paz Gener, jefa del departamento de producción y Lourdes Guillen Abasolo, jefa de recursos humanos.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 6 años

- Define la práctica profesional como: el período en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución y/o empresa de comunicación para poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula.

- RADIO EDUCACIÓN no cuenta con proyecto.

- Las actividades que realizan los alumnos en RADIO EDUCACIÓN, varían de acuerdo al área éstas son: Asistencia de Producción en la áreas, Relaciones Públicas, redacción de notas y reportajes y trabajo de encuestas.

- Las características que demanda de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Responsabilidad, Capacidad para trabajar bajo presión, Puntualidad, Iniciativa para de trabajo, Sociabilidad, Disponibilidad de Tiempo y Experiencia previa.

- Los conocimientos que requieren los practicantes, deben ser técnicos, posteriormente metodológicos y teóricos.

- Las áreas en donde los alumnos realizan práctica profesional son: Radio, difusión y relaciones públicas, e investigación.

- Al realizar práctica profesional en RADIO EDUCACIÓN, los alumnos adquieren conocimiento del proceso de producción, desde la creación de la idea, la elaboración del proyecto, guión selección de elenco y grabación; también adquieren la habilidad de para

trabajar bajo presión y en equipo, además de que afirman su concepto de responsabilidad.

- RADIO EDUCACIÓN realiza una selección previa, que consiste en una entrevista en donde se toman en cuenta las aptitudes y disposición de los alumnos así como el compromiso para desempeñar sus labores.

- Consideran que el desempeño de los practicantes es: Muy Bueno.

- En cuanto a las posibilidades que existen para obtener empleo, son a largo plazo; que depende principalmente de las oportunidades para contratar personal es decir de la disposición de plazas.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y RADIO EDUCACION la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo realizar una práctica profesional considera adecuado los 3 meses.

- Los beneficios que obtiene RADIO EDUCACIÓN se enfocan principalmente a la formación de cuadro operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente a su empresa, en segunda instancia esta situación le genera una imagen altruista que le favorece socialmente, finalmente obtiene personal que realiza actividades sin inversión económica.

En el rubro de sugerencias se sugiere que con el objeto de dar continuidad al trabajo de las series radiofónicas, se propone que cuando una persona asignada por práctica cumpla dos meses, se asigne un segundo practicante al mismo programa para que cuando el anterior termine su ciclo, el segundo quede al tanto de todo con las dinámicas específicas de la serie.

11. REVISTA DEL CONSUMIDOR

- Persona que coordina práctica profesional: Lic. Guillermo Torales, jefe de redacción.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 2 años

- Concepto de práctica profesional: lo define como el ejercicio profesional de la carrera de comunicación en el campo laboral.

- La REVISTA DEL CONSUMIDOR sí cuenta con proyecto, incluso lo anexó al cuestionario, éste consiste en desarrollar actividades específicas cada mes:

1er. mes: lectura y análisis del proyecto editorial de la Revista del Consumidor, así como de la estructura y organización de la oficina editorial; elaboración y redacción de órdenes de trabajo para reporteros y gráficos, determinación de cargas de trabajo y plazos de entrega. Investigación y redacción de 3 trabajos periodísticos (en ellos emplean diversos géneros, método y técnicas de investigación)

2º mes: Investigación y redacción de 5 trabajos periodísticos.

3er. mes: investigación y redacción de 5 trabajos periodísticos.

4º mes: investigación y redacción de 5 trabajos periodísticos; criterios y prácticas de corrección de originales, prácticas de estudio y campo.

- Las actividades que realizan los alumnos en la REVISTA DEL CONSUMIDOR, se apegan a las planteadas en el proyecto ya mencionado.

- Las características que demanda de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Iniciativa para el trabajo, Responsabilidad, Disponibilidad de Tiempo, Capacidad para trabajar bajo presión, Puntualidad, Experiencia previa y sociabilidad.

- Los conocimientos que requieren los practicantes, deben ser en primera instancia teóricos, posteriormente metodológicos y técnicos.

- En la REVISTA DEL CONSUMIDOR las actividades que realizan los alumnos se enfocan al área de periodismo escrito.

- Al realizar práctica profesional en la REVISTA DEL CONSUMIDOR, los alumnos adquieren un conocimiento general e integral del proceso editorial que hace posible la publicación de dicha revista, aprenden a diseñar órdenes de trabajo destinadas a orientar y coordinar el trabajo de los reporteros; adquieren la experiencia básica para la investigación de diferentes temas con base en los géneros periodísticos, mejoran la rapidez y calidad del trabajo de redacción de contenidos; conocen la estructura y operación de una oficina editorial.

- La REVISTA DEL CONSUMIDOR realiza una selección previa, en donde las características que toman en cuenta es el semestre, preferentemente que hayan concluido sus estudios universitarios, vocación periodística para practicar en medios impresos, capacidad creadora y voluntad de trabajo, deseos de aprender y disponibilidad de tiempo en las mañanas.

- Consideran que el desempeño de los practicantes es: Muy Bueno.

- En cuanto a las posibilidades que existen para obtener empleo, son a mediano plazo; que depende de las oportunidades para contratar personal es decir de la disposición de plazas y del desempeño profesional de los practicantes.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y la REVISTA DEL CONSUMIDOR, la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo para realizar una práctica profesional considera adecuado 4 meses (en este caso dura 4 meses).

- Los beneficios que obtiene la REVISTA DEL CONSUMIDOR se enfocan principalmente a la formación de cuadros operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente a su empresa, en segunda instancia esta la obtención de personal que realiza actividades sin inversión económica y por último la práctica profesional en su empresa les genera una imagen altruista que le favorece socialmente.

En el rubro de propuesta y sugerencias considera adecuado que se evalúe el programa en que participaron desde el punto de vista del alumno, y hacerlo de su conocimiento para corregir y mejorar los proyectos.

12. VIDEO OMEGA

- Persona que coordina práctica profesional: Alejandro Cosío Cervantes, gerente del área de operación.

- Tiempo de coordinar práctica profesional: 3 años

- Define la práctica profesional como: el período en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución y/o empresa de comunicación para poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula.

- VIDEO OMEGA no cuenta con proyecto específico para la realización de las prácticas profesionales.

- Las actividades que realizan los alumnos en VIDEO OMEGA, se enfocan al funcionamiento de la áreas que la conforman, además del equipo que se utiliza en una empresa de post - producción de video.

- Las características que demanda de los practicantes se enumeran en orden de importancia: Disponibilidad de Tiempo, Puntualidad, Responsabilidad, Iniciativa para el trabajo, Sociabilidad y Capacidad para trabajar bajo presión.

- Los conocimientos que requieren los practicantes, deben ser teóricos, posteriormente metodológicos y técnicos.

- La post - producción en video es el área en donde se desenvuelven los alumnos que asisten a VIDEO OMEGA.

- Al realizar práctica profesional en VIDEO OMEGA, los alumnos adquieren conocimientos sobre el manejo de las máquinas de post - producción desde ¼ hasta Betacam digital y D-1, así como la señal de video que se maneja en México.

- VIDEO OMEGA realiza una selección previa, que consiste en una entrevista en donde se toman en cuenta la disponibilidad del alumno y el semestre que cursan ya que desde su punto de vista los alumnos que cursan los últimos semestres le ponen más interés.

- Consideran que el desempeño de los practicantes es: Muy Bueno.

- En cuanto a las posibilidades que existen para obtener empleo, son a mediano plazo; esto depende del desempeño profesional de los practicantes.

- Sobre la coordinación entre práctica profesional y VIDEO OMEGA, la considera suficiente, mientras que el servicio del área de Formación y Práctica Profesional lo califica de eficiente.

- En cuanto al tiempo realizar una práctica profesional considera adecuado los 3 meses.

- VIDEO OMEGA se beneficia de las prácticas profesionales de la siguiente manera: al recibir practicantes obtiene personal que realiza actividades sin inversión económica, por otro lado forma cuadros operativos para que posteriormente se inserten formal y laboralmente a su empresa, finalmente la práctica profesional le genera socialmente, una imagen altruista que le favorece.

En el rubro de sugerencias proponen que se envíen alumnos que están en el último semestre, ya que son los que ponen más empeño y dedicación a la práctica profesional.

De forma general, la encuesta arrojó los siguientes datos:

Como ya se mencionó, se aplicó el cuestionario a 12 empresas e instituciones, entre las cuales las personas que coordinan práctica profesional lo llevan a cabo desde hace 1 año 3 meses hasta 6 años.

1 año - 3 personas

2 años - 2 personas

3 años - 2 personas

4 años - 1 persona

5 años - 1 persona

6 años - 3 personas

Sobre el concepto de práctica profesional la mayoría, 7 de 12, lo definen como el periodo en que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución y/o empresa de comunicación para poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos.

El resto, 5 empresas, lo definen como el ejercicio profesional de la carrera de comunicación en el campo laboral.

De la doce empresas la mayoría, 8 no cuentan con proyecto de práctica profesional, sólo 4 si lo manejan, éstas son la Revista de Consumidor, la Escuela Nacional de Danza, Adelante en la Noticia y el Consejo Nacional de Población que desarrolla el proyecto de acuerdo a las necesidades que tenga. Los proyectos que existen definen las actividades que realizan los alumnos durante la práctica profesional, tareas y tiempos a desarrollar.

Las actividades que se desarrollan varían de acuerdo a las áreas en donde ingresen los practicantes, por ejemplo:

- Periodismo escrito: reporte, edición periodística, corrección de estilo, guardias, investigación periodística, redacción, diseño de órdenes de trabajo, fotografía.
- Difusión: elaboración de material como carteles, folletos, catálogos, etc.
- Relaciones Públicas: apoyo en la organización de eventos, logística,
- Radio: asistencia de producción, elaboración de guiones
- Post - producción en video
- Investigación en Comunicación: asistencia en investigaciones, captura y procesamiento de información, encuesteo.
- Comunicación Social y oficinas de prensa: monitoreo, análisis y síntesis informativa en radio y t.v.
- Comunicación interna: elaboración, evaluación y seguimiento de materiales y órganos internos, como son periódicos murales, gacetas, investigación
- Televisión: labores en videoteca, asistencia de producción

- Videoteca: edición calificación y clasificación de imágenes, copiados, transfers, vaciados de imágenes.

A grandes rasgos éstas fueron las actividades que describieron cada una de las empresas e instituciones en la encuesta, sin embargo la información es más detallada en la parte dedicada al perfil de las instituciones, ya que se obtuvo de los informes que entregaron los alumnos que asistieron a las diferentes alternativas.

En cuanto a las características con las que debe contar los alumnos que deseen realizar práctica profesional, en primera instancia se encuentra la responsabilidad, la mayoría de las instituciones la mencionaron en primero y segundo lugar.

En segunda instancia está la puntualidad y la iniciativa para el trabajo, mencionada en segundo y tercer lugar.

Por último se encuentran con menos número de menciones la disponibilidad de tiempo, capacidad para trabajar bajo presión, sociabilidad y experiencia previa.

Estos datos reflejan las exigencias del campo laboral, en cuanto a características profesionales, donde lo más importante es que el estudiante o egresado de la carrera sea responsable, puntual y con iniciativa para el trabajo.

Los conocimientos que los estudiantes requieren para desenvolverse en el campo profesional, también varían de acuerdo al área que se trate, sin embargo los conocimientos teóricos aparecen en primero y segundo lugar, los metodológicos en segundo y tercero, mientras que los técnicos la mayoría los menciona en tercer lugar, pero en el caso de empresas dedicadas al video, la radio o televisión, aparecen en primera instancia.

De las 12 empresas 8 realizan una selección previa, las 4 restantes solicitan un perfil específico al área de Formación y Práctica Profesional. Las empresas e instituciones que la realizan lo hacen a través de entrevistas o cuestionarios, en el caso de Multivisión, pone a prueba durante una semana a los candidatos, en estos mecanismos, toman en cuenta características académicas como semestre, o bien su disponibilidad al trabajo, sondean su responsabilidad, puntualidad, vocación, entre las principales.

Seis de las 12 empresas califican el desempeño de los practicantes como bueno; excelente y muy bueno tuvo 3 menciones cada una, y regular apareció solo una vez.

Sólo en una de las opciones, Adelante en la Noticia, existe posibilidades de obtener empleo a corto plazo, en dos no hay posibilidades, en cuatro de ellas hay posibilidades a mediano plazo, y en las cinco restantes es a largo plazo.

De esta forma el tiempo que dura una práctica profesional no es suficiente para lograr una plaza, quienes lo han conseguido es porque han permanecido en las diferentes empresas e instituciones, más tiempo del establecido formalmente. Aunado a esta situación, el factor que influye decisivamente en las posibles contrataciones es la disponibilidad de plazas, ya que no siempre hay oportunidades de contratar personal; en segundo lugar está el desempeño de los practicantes; la opción escuela de procedencia no apareció, por lo que no influye.

En relación a la coordinación entre el área de práctica profesional y las empresas e instituciones obtuvo once menciones con suficiente y una insuficiente. Sin embargo en las propuestas y sugerencias incluyen hacer más estrecho el vínculo.

Las doce instituciones y empresas calificaron de eficiente el servicio que proporciona el área de Práctica Profesional.

Consideran que el tiempo adecuado para la realización de práctica profesional varía, 5 mencionaron la opción de 3 meses, 4 y 6 meses tuvo 3 menciones cada una y una empresa consideró adecuado 5 meses. Aquellas que consideran adecuado aumentar el tiempo, lo argumentan porque opinan que en cuanto el practicante está capacitado, se tiene que ir y ya no se aprovecha los conocimientos o las habilidades que aprendió durante su estancia.

La penúltima pregunta se refiere a los beneficios que obtiene las empresas o instituciones al permitir que los alumnos realicen práctica profesional, para la mayoría, 7 de 12, opinan que el principal provecho que reciben es la formación de cuadros operativos que posteriormente se inserten formal y laboralmente en su empresa, este resultado merece ser comparado con las posibilidades de empleo que en la mayor parte es a largo plazo, lo cual indica que si bien buscan capacitar personal, este no se empleará en cuanto termine la práctica, más bien quienes deseen quedarse posiblemente y de acuerdo a las disposición de plazas obtendrán empleo. En segunda instancia aparece la opción personal que realiza actividades sin inversión económica; es decir obtiene mano de obra gratuita; finalmente la imagen altruista que le favorece, aparece en aquellas alternativas en donde no hay posibilidades de obtener empleo.

Por último en el rubro de propuestas y sugerencias se encuentran las siguientes:

- Coordinación más estrecha entre la empresa o institución y el área de Formación y Práctica Profesional.

- Evaluaciones permanentes para mejorar la calidad del servicio, desde el punto de vista de los alumnos y proporcionar dicha información a las empresas e instituciones.
- Entrega a los alumnos de un reconocimiento manera formal y pública
- Informar a los alumnos que realizan práctica profesional sobre este concepto.
- Hacer conscientes a los alumnos, de que deben adoptar una actitud y aptitud profesional abierta al conocimiento y al trabajo que se les asigne durante la práctica.
- Enviar a las empresas e instituciones que participan en práctica profesional, información sobre el plan de estudios de nuestra carrera, así como del perfil de los alumnos.
- Aumentar el tiempo de la práctica profesional, con el fin de aprovechar los conocimientos y habilidades que adquieren durante ésta.
- Informar a los alumnos sobre la institución a la que van a asistir así como las actividades a desarrollar.
- Realizar un mecanismo de selección desde el área de Formación y Práctica Profesional, de acuerdo a perfiles y expectativas.
- Dar continuidad a la práctica profesional.
- Darle preferencia a los alumnos de los últimos semestres, ya que están más conscientes del campo profesional y aprovechan en mayor medida la práctica, ponen más interés y dedicación.

4.3. REFLEXIÓN DE RESULTADOS GENERALES

Los resultados obtenidos a partir de cada técnica, son por sí mismos relevantes, pero es necesario integrarlos y compararlos para obtener razones, causas y consecuencias de cada factor que interviene en práctica profesional.

La evaluación realizada se enfocó a los 2 niveles planteados como ejes de estudio de esta investigación; los alumnos y empresas que participan en el área de Formación y Práctica Profesional; la perspectiva institucional desde la cual se desarrolló permite identificar los beneficios y necesidades cubiertas y las que hace falta satisfacer para ambas partes, con el fin de mejorar los servicios que ofrece dicha área.

Como ya se mencionó se utilizaron dos tipos de técnicas: los grupos de enfoque, para alumnos y la encuesta, para instituciones o empresas, esto no implica que se opongan por su carácter de cualitativa y cuantitativa, se complementan; ya que obtener ambas perspectivas proporciona una mirada abierta del objeto de estudio, observando la multidimensionalidad del problema y obtener así, un conocimiento más detallado del contexto, sus motivos y causas. En el caso de esta investigación permite encontrar la justificación de las acciones así como sus motivos, los elementos que intervienen y definen el hacer de Práctica Profesional, con el fin de generar propuestas pertinentes de acuerdo a las necesidades que se presentan en el área de Formación y Práctica Profesional.

Las técnicas cuantitativas, en este caso la encuesta permite medir y cuantificar las causas del objeto de estudio; reconstruye la realidad a partir de una descripción enumerativa, pero requerimos de otros elementos, datos específicos y detallados los “qués y por qué”, los cuales son proporcionados por las técnicas cualitativas, como es el caso de la percepción y experiencias sobre la práctica profesional, entre otras.

“Los métodos cualitativo y cuantitativo pueden aplicarse conjuntamente en la medida en que ambos proporcionan una visión más completa de la realidad”. (Sierra, sin A.E.; p.13).

A partir de la información obtenida de los tres puntos de vista analizados; alumnos con práctica profesional, alumnos sin práctica profesional y las empresas o instituciones; existen aspectos en común, así como diferencias:

En torno al campo de la comunicación, desde el punto de vista laboral, los alumnos y egresados de nuestra carrera perciben otros ámbitos de acción, pero es evidente que aún persiste fuertemente la idea de que los medios masivos son su mercado natural y legítimo, la mayoría se inclinó por estudiar "comunicación" debido a que creció junto a los medios masivos, específicamente a lado de la radio y la televisión, consumiendo y asegurando la reproducción del esquema de la cultura de masas; por lo que su perspectiva inicial, es ingresar a los medios masivos.

Los que perciben otras opciones, son aquellos alumnos que realizaron práctica profesional, ya que de acuerdo a su experiencia dentro del mercado de trabajo, cuentan con mayor información; esto les permite tener una perspectiva más amplia del ejercicio profesional de la comunicación; incluso ven más posibilidades de ingresar a cualquier ámbito social que a los mismos medios, éste ya no es el único campo, empieza a darse un reconocimiento de la multidiversidad de la comunicación, incluso otro aspecto que contribuyó para estudiar esta carrera es la interacción que se puede dar con otros y diferentes campos, ya que al ser una disciplina abierta, hay muchas posibilidades de interacción social.

Es evidente que la práctica profesional complementó y acrecentó su formación académica, ya que los conocimientos que reciben en el aula encontraron aplicación concreta en la realidad laboral, además tuvieron la oportunidad de aprender procesos de producción o cuestiones técnicas, aspectos totalmente limitados en la escuela, ya que en los talleres no se les permite el uso del equipo.

A partir de los puntos de vista de aquellos que ya realizaron práctica profesional, se percibe mayor madurez y conciencia del trabajo que pueden desempeñar en los diferentes ámbitos de la comunicación, incluso la idea de ingresar a los medios masivos, radio o televisión, no es la única opción, consideran que hay nuevos campos en donde su ejercicio profesional puede ser aplicado; por otro lado en los alumnos que no han realizado práctica profesional, la imagen de los medios masivos es más fuerte, aunque reconocen otras posibilidades, de las cuales demandan información y orientación, específicamente de los maestros.

La percepción de la radio, televisión y prensa como campo laboral y natural de la comunicación, generó desconcierto en los alumnos al ingresar a la carrera ya que pensaron que los conocimientos propios de estas áreas serían los que conformarían fundamentalmente el plan de estudios, sin embargo al encontrar materias que poco o nada son prácticas, la vinculación con el mercado de trabajo es distante y la formación teórica es lo que predomina, esto ocasionó un choque, cierto rechazo, y en ocasiones decepción o desilusión.

Las representaciones que tienen los estudiantes del campo académico y laboral de la comunicación, demuestran que se está dando una transición, ya que a pesar de la idea fuerte y marcada de los medios masivos por excelencia como mercado de trabajo, hay cierta inclinación y reconocimiento de otros ámbitos y campos de acción, por lo tanto los conocimientos y saberes que proporciona el actual plan de estudios son insuficientes, éste respondió en su momento a las necesidades del contexto, pero hoy se configura de forma distinta y bajo otras lógicas, por ejemplo a la expansión y crecimiento de las nuevas tecnologías, saber computación es más que necesario, este es un conocimiento que consideran como fundamental para su desarrollo profesional, y que debe ser proporcionado como asignatura dentro del plan de estudios; asimismo demandan como necesaria la vinculación entre teoría y

práctica, que no solamente debe fundamentarse y consolidarse en un plan de estudios sino también en la planta docente, ya que los profesores deben tener la capacidad y la responsabilidad, para hacer real y concreta la aplicación de la teoría en la práctica.

A partir de los contextos actuales tanto académico como laboral de la comunicación, es necesario redefinir los objetivos y enfoques de un plan de estudios, ya que si hoy en día están emergiendo nuevos ámbitos de acción, se empieza a desmitificar a la prensa, la radio y la televisión como únicos campos, es necesario voltear la mirada hacia lo social, proporcionar desde la formación académica, saberes y habilidades que hagan competentes y pertinentes a los profesionales de la comunicación en cualquier terreno, ya que para la sociedad es fundamental y necesaria la interacción comunicativa, y ésta sólo se logrará eficaz y eficientemente, siempre y cuando se cuente con mecanismos y agentes capaces de producir y transmitir mensajes exitosos, además de propiciar interacciones sociales dentro de las empresas e instituciones que permitan la convivencia armónica y la alta productividad.

Desde el punto de vista académico, los nuevos campos de la comunicación que están emergiendo no tienen cabida en el plan de estudios vigente, éste no responde a las necesidades actuales, lo hizo en su momento; y de acuerdo a las opiniones de los alumnos de la carrera, sus expectativas no son cubiertas en el actual plan de estudios, ya que los contenidos, son altamente teóricos y poco prácticos, en ocasiones obsoletos o decadentes, además de que existe una gran ausencia en la vinculación entre teoría y práctica; la insuficiencia de recursos también es un factor que limita la formación académica, ya que al no contar con infraestructura necesaria hay poca posibilidad para poner en práctica lo que se aprende; desde este punto de vista una vía para vincularse con la realidad laboral es por medio de Práctica Profesional, ya que ésta propicia la interacción con el mercado de trabajo y en algunos

aspectos suple las deficiencias, como por ejemplo al tener la posibilidad de conocer y aprender a manejar la tecnología propia del campo profesional. Aún así, se reconoce la importancia de la teoría como base fundamental de la carrera, pero de la cual debe existir mayor vinculación con la práctica.

Sobre práctica profesional, en torno al concepto, podemos hablar de éste desde los tres puntos de vista analizados: el de los alumnos que ya realizaron práctica profesional, el de los alumnos que no han realizado práctica profesional y el de las empresas o instituciones encuestadas.

De las opiniones manifestadas en los grupos de enfoque podemos decir que conceptualizan a la práctica profesional como una oportunidad para acercarse e integrarse al campo laboral a manera de ensayo, donde pueden aplicar los conocimientos que aprenden en la escuela y además, adquirir otros propios del mercado de trabajo, en este periodo pueden confrontar la realidad y corregir las fallas o errores que puedan tener, incorporándose formalmente a un equipo de trabajo.

Como forma instrumentada, es decir como una área dedicada a vincular a los alumnos con el campo de trabajo, consideran que debe ser un compromiso real entre la escuela y la instituciones, para garantizar a los alumnos prácticas profesionales que se desarrollen eficaz y eficientemente en el campo de la comunicación.

Esta percepción se ve reforzada por la de las empresas e instituciones, ya que la mayoría considera a la práctica profesional como un periodo en el que los alumnos mientras estudian, ingresan a una institución o empresa para poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en el aula.

Dentro del rubro de necesidades y expectativas que los alumnos manifiestan como motivos para realizar prácticas profesionales, expresan las siguientes opiniones: de parte de los alumnos que ya realizaron práctica profesional sus necesidades y expectativas fueron cubiertas y rebasadas, ya que adquirieron conocimientos y experiencias que no tenían planeadas, mientras tanto los alumnos que aún no han realizado prácticas debido a la poca información y experiencia con la que cuentan, se muestran escépticos, ya que no confían en la garantía de una práctica profesional eficaz, es decir, una práctica en donde realicen actividades relacionadas directamente con la carrera.

Como parte de esas necesidades y expectativas buscan obtener experiencia profesional y laboral que los respalde para que al egresar les sea más fácil obtener empleo, además de aumentar su currículum, consideran a la práctica profesional como una posibilidad para conocer personas del ambiente laboral de la carrera y que en un futuro les sirva como "conecte" para obtener empleo o alguna recomendación. Como perspectivas personales la práctica profesional les ayuda a obtener confianza en sí mismos para realizar las tareas laborales asignadas, esto los hace ser capaces para desenvolverse en el campo laboral, con ello consideran que aprenden a ser responsables y disciplinados.

Específicamente sobre el área de Formación y Práctica Profesional, podemos hablar de ésta en dos sentidos; por un lado la percepción que se tiene del área, es decir su imagen, y por otro su organización, funciones y el trabajo que desempeña.

La percepción que existe por parte de los alumnos es como una área en crecimiento, con aspectos positivos y negativos, así como necesidades a cubrir.

En general el primer acercamiento a práctica profesional se ha dado por diferentes medios, hay que tomar en cuenta que los alumnos que ya realizaron práctica profesional la conocieron por mecanismos de: red, carteles, folletos, trípticos y por la difusión del boletín informativo "Zoom In", mientras que los alumnos que no ha realizado práctica profesional saben de ésta por los mismos medios, pero su conocimiento es superficial, no saben en que consiste, ni como funciona.

De esta manera podemos decir que en el rubro de la difusión es necesario hacerla constante y permanente, empleando diferentes medios de acuerdo a los objetivos, es decir usar el canal adecuado de acuerdo a la información y al tipo de mensaje, con el fin de hacer extensa y abierta la información sobre Práctica Profesional.

Por parte de las instituciones y empresas califican el desempeño de el área como eficiente y aunque consideran suficiente el vínculo con ésta, creen que es necesario estrecharlo.

En cuanto a las labores que realiza el área de práctica profesional, los alumnos las consideran como eficientes, sin embargo perciben una falta de apoyo tanto en recursos materiales como humanos, es importante tomar en cuenta este factor ya que debido al crecimiento del área de práctica profesional es necesario apoyarla y fomentar su actividad, para dar mayor y mejor servicio.

La práctica profesional favorece la formación profesional de los alumnos en diferentes aspectos, desde la aplicación y obtención de conocimientos hasta, en algunos casos, colocación en un empleo.

En el caso de los alumnos que no han realizado práctica profesional se muestran escépticos a la función y resultados obtenidos de las prácticas profesionales, sin embargo su conocimiento es limitado, por lo tanto no tienen la perspectiva de los beneficios que pueden

recibir, incluso ellos piensan que los tres meses que dura la práctica son suficientes, mientras que, tanto los alumnos que ya realizaron prácticas como las instituciones, consideran que es poco tiempo ya que para los primeros no alcanzan a adentrarse a las diferentes áreas, y para los segundos en cuanto los alumnos están capacitados se tienen que ir, lo que impide que aprovechen lo que ya aprendieron.

Los alumnos que no han realizado prácticas no cuentan con información precisa sobre el área de Formación y Práctica Profesional, su percepción sobre algunos aspectos es reducida, por ejemplo no conocen el mecanismo de funcionamiento de dicha área, desde su punto de vista hace falta más trabajo y difusión ya que perciben el área como elitista, por lo que demandan mayor apertura a los alumnos, así mismo consideran adecuado acrecentar el vínculo y los convenios con otras empresas e instituciones. Sin embargo demuestran poco interés en colaborar, existe una tendencia a conservar la verticalidad y esperar que todo venga de la escuela, pero también manifestaron la idea de ser responsables y contribuir con el área, por lo menos en el sentido de informarse y mantenerse en contacto.

En cuanto a las opiniones sobre las actividades que se desarrollan durante las prácticas profesionales, es necesario que éstas sean totalmente relacionadas con la comunicación, incluso es una de las principales demandas y requerimientos de quienes solicitan ingresar a una práctica profesional, los alumnos que ya tuvieron la oportunidad de practicar en alguna empresa o institución, consideran que gracias a las actividades que desempeñaron adquirieron conocimientos o habilidades con las que no contaban, como por ejemplo el uso y manejo de computadoras o tecnología propia del mercado de trabajo.

Como parte de las necesidades que no ha sido cubiertas existe una ausencia de información clara, precisa y disponible sobre las empresas e instituciones donde se pueden realizar prácticas profesionales, incluso una de las propuestas es la organización de una carpeta en donde se incluya como información básica, la funciones a las que se dedica la empresa o institución y las actividades a desarrollar durante la práctica profesional.

Sobre la organización y funcionamiento de Formación y Práctica Profesional, de acuerdo a las opiniones funciona adecuadamente, pero debido al crecimiento y auge que ha tenido, es necesario aumentar e intensificar sus labores, de ahí se derivan diversas propuestas como son:

En el caso de las empresas e instituciones es necesario llevar a cabo una selección específica y detallada de las empresas que participan como opciones para realizar práctica profesional, atendiendo las demandas e intereses de los alumnos. Para ello se deben crear proyectos de práctica profesional, elaborados entre los responsables de práctica profesional del área en la escuela y al interior de las empresas o instituciones, ahí se deberán especificar las actividades a desarrollar, definiéndolas por tiempos y departamentos, con el fin de planear las prácticas profesionales y garantizar así su éxito, eficiencia y eficacia.

Para darle continuidad a las prácticas profesionales es necesario realizar un seguimiento de éstas, llevar a cabo una supervisión, y mantener así un contacto permanente y cercano tanto con los alumnos como con las empresas o instituciones, para evaluar el desempeño y efectividad de las prácticas, además de que en el caso de que existan problemas o contratiempos, solucionarlos a la brevedad posible, o bien atender la demandas de acuerdo a las necesidades y tiempos requeridos.

Es necesario informar a los alumnos de manera general sobre la existencia y actividades que realiza el área de Formación y Práctica Profesional, aumentar la difusión y hacerla permanente, no sólo con la intención de notificar las opciones para la realización de prácticas profesionales, si no con el fin de difundir y promover la importancia de la práctica profesional.

En el caso de la difusión parece ser que de acuerdo a las opiniones la que es más efectiva es la que se lleva a cabo de forma interpersonal, a través de comentarios se ha difundido la presencia del área de Práctica Profesional.

Dentro de la promoción de la importancia y validez de la práctica profesional, es de suma fundamental que se fomente la iniciativa propia de los alumnos con el fin de crear conciencia de los posibles campos de trabajo en donde se pueden insertar una vez terminada la carrera. Esta actividad no sólo se limita a informar sino también a orientar, con el fin de que los alumnos conozcan y valoren todas las opciones a las que tiene acceso y no concentren su atención solamente en los medios masivos.

Si la intención es que los alumnos conozcan otras opciones, es necesario abrir espacios en donde la actividad de los profesionales de la comunicación es necesaria, estas oportunidades deben estar debidamente planeadas para que los practicantes encuentren provecho y den sentido a sus labores, ya que muchas ocasiones el descuido genera el abandono de las prácticas y por lo tanto no hay interés por conocer empresas o instituciones, que si bien no son propiamente comunicativas, sus actividades requieren de un experto en la comunicación.

Para satisfacer todas estas necesidades y requerimientos es indispensable fortalecer el área tanto en recursos humanos como materiales, ya que debido a su crecimiento, necesita mayor apoyo no sólo del programa de Periodismo y Comunicación Colectiva, en general de la escuela.

Es necesario profesionalizar el área de Práctica Profesional, debe haber mayor atención tanto a los alumnos como a las empresas e instituciones, se debe hacer un estudio profundo, un seguimiento, dicha área no se puede limitar a ser sólo un mediador, canalizando a los alumnos a las empresas e instituciones, se debe garantizar prácticas profesionales eficientes, exitosas y reales.

Desde los tres puntos de vista analizados, es necesario que se lleve a cabo un contacto mayor tanto con los dos actores que intervienen: empresas o instituciones y los alumnos, al mismo tiempo es indispensable realizar un seguimiento de la realización de las prácticas profesionales, con el fin de atender los problemas que surjan o adecuar las características de las prácticas que se planeen

Si a las empresas o instituciones les beneficia tener practicantes en la medida en cuentan con mano de obra calificada y si inversión económica además de que tiene oportunidad de capacitarlos y a largo plazo, si existe posibilidad contratarlos, es necesario planear debidamente entre el responsable de práctica en la escuela junto con el de la empresa o institución, que los alumnos serán atendidos debidamente durante su estancia en la práctica profesional, es decir se les proporcionará tanto el material que requieran así como la atención para que se les capacite en las actividades o área a la que ingresaron; es importante tomar en cuenta que requieren de ellos, características personales precisas, sobre todo responsabilidad, la formación académica con la que cuentan es importante, pero también vale el desempeño que tengan, así como la disponibilidad para aprender.

Hasta el momento la realización de prácticas profesionales ha arrojado beneficios para ambas partes, alumnos y empresas o instituciones, pero hace falta una mayor instrumentación y supervisión constante del proceso, un seguimiento y vínculo estrecho, para lo cual es preciso contar con recursos materiales, por ejemplo para una difusión adecuada, además de recursos humanos, personas que tengan tiempo dedicado a actividades específicas, es decir quien se encargue de realizar contactos, otro para la formalización de convenios, otros únicamente para llevar a cabo un seguimiento permanente y a la evaluación, para que constantemente el área de Formación y Práctica Profesional se mantenga al tanto y a la vanguardia a las necesidades y cambios que surgen tanto en los alumnos que solicitan prácticas, así como en las empresas o instituciones.

CONCLUSIONES

Teoría y Práctica, binomio inseparable, polos opuestos o elementos que se complementan entre sí, pueden ser algunas de las posibles representaciones de estos conceptos; vincular la teoría con la práctica es una de las principales necesidades de la formación académica universitaria pero en pocos planes de estudio se logra equilibrar ambas partes, ya que ninguna es más importante que otra.

En el caso de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán el plan de estudios cuenta con una mayoría de asignaturas dominadas por la teoría, mientras que la práctica queda rezagada, sólo aquellas materias que cuentan con talleres como los géneros periodísticos, radio o televisión simulan un acercamiento a la realidad.

Complementar la formación teórica académica con la práctica no es tarea fácil, esta vinculación se puede dar en diferentes niveles, desde la misma práctica que promueve el profesor al interior y/o exterior de su clase, hasta la inmersión y aplicación de los conocimientos que adquieren los alumnos dentro de la escuela en la realidad laboral; la primera opción de alguna forma es responsabilidad y habilidad de los profesores, pero la segunda requiere de la propia iniciativa de los estudiantes y del interés que tengan por enriquecer su formación profesional, es decir que no se conformen con recibir solamente la instrucción académica.

Beneficiar y/o complementar la formación académica que reciben los alumnos de la carrera, requiere de una planeación, la formación teórica predomina en el actual plan de estudios, situación que hace necesaria su vinculación con la práctica; los contenidos teóricos no se pueden calificar de obsoletos, por el contrario otorgan los esquemas necesarios para entender y explicar la realidad y por lo

tanto generar propuestas o soluciones a problemas concretos, sin la práctica la teoría queda en los abstracto, es incomprensible y se percibe por los alumnos como innecesaria, vincular la teoría con la práctica es una necesidad pero requiere de planeación y responsabilidad de quienes la promueven, de quienes la llevan a cabo y de quienes abren las oportunidades para poner en práctica lo aprendido y obtener conocimientos nuevos.

Promover, instrumentar o hacer funcionar una área de Práctica Profesional no se reduce a contar con muchas opciones y ofrecerlas a los alumnos interesados en realizar prácticas, es necesario entender y atender los intereses y motivos; hay razones de fondo y necesidades urgentes de comprender y satisfacer; como resultado de esta investigación podemos decir que el interés por ingresar a la radio y televisión es una constante en todas las generaciones de la carrera, esto se debe en gran parte a que el campo de la comunicación está sobredeterminado y el mercado de trabajo que goza de legitimidad y de atracción deslumbrante es el de estos medios, históricamente éste ha sido el objeto de estudio de las carreras junto con el periodismo escrito, la mayoría ingresa por el interés de escribir, ser protagonista de la historia diaria y ser el primero en conocer y enterar al mundo de los sucesos actuales, sin embargo el área de la producción es un panorama seductor que contribuye a satisfacer sus sueños de niños, estar dentro del aparato electrónico, lamentablemente éste es el campo donde menos existen posibilidades de obtener empleo.

El contexto académico y profesional-laboral de la comunicación determina la situación actual; por años la historia ha legitimado a los medios masivos de comunicación como campo natural y original del mercado laboral, las prácticas emergentes, recesivas y dominantes se están configurando de forma distinta, por ejemplo, aunque legítimamente los medios masivos de comunicación, sean el único campo, desde el punto de vista laboral es recesiva, ya que hay

pocas posibilidades para los egresados de nuestra carrera de ingresar a ellos, en este campo se demanda de conocimientos especializados en aspectos técnicos, los cuales no se obtienen en las clases; por otro lado hay una serie de prácticas emergentes en donde la actividad del profesional de la comunicación es necesaria y válida pero lucha por su consolidación y legitimación, como es el caso de la comunicación interna o la investigación en comunicación.

Es urgente y necesario informar a los alumnos de manera planificada la situación actual del mercado de trabajo de la carrera, desmitificar a los medios masivos de comunicación como único campo, incluso esta información contribuirá a equilibrar el número de alumnos en las preespecialidades, ya que actualmente la de periodismo electrónico acapara a casi la mitad de las generaciones. Informando y fomentando la actividad en otros campos, los alumnos tendrán una visión más amplia, por lo tanto mayor y mejor conocimiento y conciencia para encauzar su futuro profesional laboral, ya que si es difícil obtener empleo como egresado de una carrera universitaria, ingresar a los medios masivos aún cuesta más trabajo, por lo hermético de estas instituciones comunicativas, en prensa es más fácil o menos difícil, pero esta opción es poco demandada por los estudiantes.

Práctica Profesional en la ENEP Acatlán y específicamente en Periodismo y Comunicación Colectiva se ha configurado como una área dedicada a vincular a los alumnos con el campo laboral, para que durante un lapso ensayen lo que han aprendido y obtengan otros conocimientos y experiencias propias del mercado de trabajo, pero al hablar de práctica profesional dentro de un marco teórico-conceptual encontramos que no existe un concepto formal y único de este las diferentes acepciones lo hace flexible y adaptable a cualquier situación, en el caso de nuestra carrera, FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL ha sido la instancia que retomó este concepto, se conformó como un programa piloto, una área

organizada para vincular a los alumnos con el campo laboral, de tal forma que aquellos que se encuentran entre 6° y 9° semestres tienen la oportunidad de ingresar durante tres meses a alguna de las instituciones o empresas que son alternativas para la realización de prácticas profesionales.

La organización y funcionamiento del área de Formación y Práctica Profesional se ha instrumentado sobre la marcha, inicialmente al funcionar sólo en el intersemestral tan sólo requería de opciones a donde canalizar a los alumnos interesados en esos periodos, pero al convertirse en un programa permanente el área y la demanda creció, por lo que las alternativas debían ampliarse, renovarse y supervisarse constantemente; por esta razón se requieren de apoyos materiales, humanos y administrativos, sin embargo por ser un programa piloto funciona de forma autosuficiente, las tareas y actividades están definidas y organizadas, pero no existe una división de trabajo por personas específicas, es decir funciones asignadas a determinadas personas.

Hasta el momento el área de FORMACIÓN Y PRÁCTICA PROFESIONAL, ha funcionado con tareas específicas pero sin una división del trabajo, la ausencia de recursos tanto materiales como humanos ha limitado sus acciones, ya que debido a su crecimiento no se logra atender todas las necesidades y requerimientos tanto de alumnos como de las instituciones, ambas partes requieren de mayor atención, de un vínculo constante y permanente ya que hay contratiempos que surgen y no son atendidos de forma inmediata.

Por las características y demandas de los actores que participan en Práctica Profesional, alumnos y empresas o instituciones, es necesario que esta área se organice de forma planificada con el fin de atender las necesidades de ambas partes.

PRACTICA PROFESIONAL requiere de mayores recursos tanto materiales como humanos, no por ello implica asignar a varias personas para que se dediquen al área o dotar de materiales para su adecuado funcionamiento, es necesario llevar a cabo un plan bien organizado, que atienda las necesidades de alumnos y de las empresas e instituciones participantes, elaborar un plan con los responsables del área así como con el jefe de programa de la carrera y si es posible como el jefe de la división de humanidades, también es necesario obtener apoyo institucional, es decir de la misma escuela, ya que muchas veces aunque el jefe de programa lo apoye, las autoridades que tiene las decisión final, no lo hacen.

De acuerdo a la evaluación de las actividades operativas realizada a los alumnos y a las empresas e instituciones, según los resultados estas actividades han beneficiado su actividad propia, a los alumnos en su formación profesional y a las empresas e instituciones en sus labores cotidianas, se han cubierto algunas necesidades y expectativas pero no ha sido suficiente.

Los beneficios recibidos van desde la confrontación de la teoría o formación académica con la realidad laboral, los alumnos obtienen conocimientos y experiencias que no tenían idea de que existían, sus expectativas fueron rebasadas y en el mejor de los casos algunos han logrado colocarse dentro del campo de trabajo a partir de su práctica profesional. En cuanto a las empresas o instituciones, el beneficio radica en la posibilidad de tener la oportunidad de capacitar gente sin inversión económica pero que les reditúa en su proceso de producción y si existe posibilidad a largo plazo, darles la oportunidad de ser contratados.

Por el lado de las necesidades que aún faltan por cubrir, es indispensable un mayor acercamiento y atención, tanto con alumnos como con instituciones, de esta lógica se derivan las siguiente propuestas en dos sentidos, estructura y funcionamiento:

- Instrumentar entre los responsables de práctica profesional de la escuela y de las empresas o instituciones, proyectos para la realización de las prácticas en donde se definan tiempos y actividades específicas a realizar.
- Mantener un contacto permanente y periódico con las empresas o instituciones con el fin de que la comunicación sea constante, lo que permitirá atender y solucionar los contratiempos que puedan surgir.
- Supervisión del desempeño del practicante con el fin de apoyarlo y auxiliarlo durante el desarrollo de su práctica profesional.
- Formalización por escrito de convenios para mantener los contactos.
- Evaluación periódica del desempeño de los practicantes, así como de las actividades y atención que se proporcione por parte de las empresas, con el fin de que la práctica profesional se realice dentro de las actividades propias del profesional de la comunicación, esta información se puede obtener a partir del informe de actividades que proporcionen los alumnos a terminar su práctica y a cambio del cual se le otorga su constancia.
- Elaboración de una carpeta informativa que contenga datos generales de las actividades de las empresas o instituciones que son alternativas de práctica profesional, para que pueda ser consultada con los alumnos.
- Informar a los alumnos de los proyectos de práctica profesional.
- Difundir las opciones de práctica profesional, por diferentes medios y con los mensajes adecuados, por ejemplo: carteles, trípticos, boletines, mesas redondas, etc.

- Informar sobre el panorama general del mercado de trabajo de la carrera.
- Realizar contactos con empresas o instituciones atendiendo la demanda de los alumnos pero encauzando las actividades e informando de las múltiples posibilidades que existen.
- Es necesario contar con recursos humanos que con base en una organización de funciones tengan actividades específicas, con el fin de no descuidar cada una de las partes operativas y las demandas que surgen
- Llevar a cabo investigación constante o periódica para detectar fallas y mejorar el servicio que ofrece.
- En cuanto al tiempo de duración, de acuerdo a las opiniones, es necesario aumentarlo para que se aproveche más la estancia de los alumnos dentro de las empresas o instituciones, ya que al terminar los tres meses los alumnos tienen que irse cuando se encuentran ya capacitados, sin embargo este aspecto debe contemplarse en los proyectos que se elaboren para la realización de prácticas profesionales, ya que depende de las actividades a realizar debido a que algunas empresas por ser pequeñas el aprendizaje es rápido, no hay mucho que hacer o aprender, en otras de mayor capacidad las actividades son mayores por lo que los practicantes no tienen la oportunidad para pasar por las diferentes áreas.
- El semestre a partir del cual puedan ingresar a realizar práctica profesional también se debe determinar de acuerdo a la naturaleza de las empresas o instituciones y de sus actividades; ya que si a los alumnos que acaban de ingresar se les canaliza de inmediato a radio o televisión quedarán atrapados en este campo y a lo largo de la carrera ya no tendrán interés de conocer otras opciones, además de

que al ser pocas las opciones, las merecen aquellos que ya van de salida y cuentan con mejor desempeño escolar.

Concluir sólo en algunas ideas es limitar todas la múltiples posibilidades que se pueden dar de una misma situación, no podemos definir a éstas como única verdad o las únicas respuestas a las preguntas planteadas en un principio, vivimos de preguntas y en ocasiones no todas encuentran respuestas y las que tienen no siempre son lo que esperamos, hasta el momento éstas son las respuestas a las preguntas planteadas al inicio de una investigación, que no se puede definir solamente como una tesina sino como todo un proceso vital para alcanzar una meta.

BIBLIOGRAFIA

- ANDER - EGG, Ezequiel (1990): **Técnicas de investigación social.** Humanitas, Buenos Aires.
- ANDIÓN GAMBOA, Eduardo (1992): **"Identidades - bisagra: El trenzado de saber y saber como pedagogía de la comunicación"**, en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Opción, México.
- ANDIÓN GAMBOA, Mauricio et. al. (1990): **Ciencias de la Comunicación. Las profesiones en México Número 5.** Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. México.
- ANDIÓN GAMBOA, Mauricio (1990): **"Escuelas de Comunicación y Mercado de Trabajo"**, en Mauricio Andión (comp.) Ciencias de la Comunicación. Las profesiones en México Num. 5. UAM - Xochimilco. México.
- ANTEZANA, Mauricio (sin A.E.): **"La errátil circunstancia de las Ciencias de la Comunicación"**, en Comunicación, investigación y práctica profesional, cuadernos de trabajo. AMIC -UAM Xochimilco. México.
- ARAGÓN MONROY, Fernando (1994): **Manual Administrativo para el programa piloto de Formación y Práctica Profesional,** Tesina de licenciatura, UNAM - ENEP Acatlán, México.

- BENASSINI, Claudia (comp.) (1996): ¿Desde dónde se enseña la comunicación?. Primer reporte de trabajo campos profesionales y mercados laborales.** Universidad Iberoamericana, México.
- BOURDIEU, Pierre (1989): La Noblesse d'état. Grandes écoles et esprit de corps.** Minuit, París. Traducción Eduardo Andión Gamboa. Las ambigüedades de la Competencia. Cap. 3.
- CORRALES DIAZ, Carlos (1991): Proyectos de Comunicación. Una estrategia en la práctica profesional de la comunicación.** ITESO - Huella cuadernos de divulgación académica; México.
- DE GARAY, Adrián (1992): "La profesión académica en México. una compleja diversidad: los académicos de la comunicación",** en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS Opción, México.
- DE LA PEZA, Ma. Del Carmen (1990): "Consideraciones sobre el desarrollo de la enseñanza y la investigación de la comunicación en México (el caso de la UAM - X)",** en Mauricio Andión (comp.) Ciencias de la Comunicación. Las profesiones en México Num. 5. UAM - Xochimilco, México.
- DELGADO DIAZ, Ana Luisa (1997): Titulación, vinculación e intercambio, una propuesta de pertenencia a la universidad,** Tesina de licenciatura. UNAM - ENEP Acatlán, México.
- ENEP ACATLAN (1984): Plan de Estudios de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán.** Plan 1984. México.

ENEP ACATLAN (1996): Plan de Estudios de la licenciatura en Comunicación (Proyecto de modificación y cambio de nombre) Tomo III Abril 1996. México.

ESTEVE RAMIREZ, Francisco (1992): "Papel de las universidades ante la creciente demanda de periodistas especializados", en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS Opción, México.

FUENTES NAVARRO, Raúl (sin.A.E.): "El diseño curricular en la formación universitaria de comunicadores para América Latina. Líderes, tendencias y alternativas", en Comunicación, investigación y práctica profesional. Cuadernos de trabajo. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. México.

FUENTES NAVARRO, Raúl (1994): "La institucionalización del campo académico de la comunicación en México y en Brasil. Un primer acercamiento comparativo", en José Carlos Lozano Rendón (editor) Anuario de Investigación de la comunicación CONEICC I. CONEICC, México.

FUENTES NAVARRO, Raúl (1995): "La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones", en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords.) Campo Académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva. CONACULTA - ITESO, México.

GALINDO CÁCERES, Jesús (1995): "Hacia una reconstrucción reflexiva del campo académico de la comunicación", en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords). Campo Académico de la Comunicación. CONACULTA - ITESO. México.

- GALINDO CÁCERES, Jesús (1995): "La comunidad percibida. El campo académico de la comunicación", en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords). Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva. CONACULTA - ITESO. México.**
- GUILLIER ALVAREZ, Alejandro (1992): "La formación del comunicador en la sociedad. Proyecto de creación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información", en Carlos Luna (coord). Generación de Conocimientos y Formación de Comunicadores. VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS, Opción, México.**
- LÓPEZ VENERONI, Felipe Neri (1989): Elementos para una crítica de la ciencia de la Comunicación. Trillas. México.**
- LUNA CORTÉS, Carlos Eduardo y FUENTES NAVARRO, Raúl (sin A.E.): La investigación de la Comunicación en las escuelas de ciencias de la comunicación de ITESO, en Comunicación, investigación y práctica profesional, cuadernos de trabajo, AMIC - UAM Xochimilco, México.**
- LUNA CORTES, Carlos E. (1995): "Enseñanza de la comunicación: tensiones y desencuentros", en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords.) Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva. CONACULTA - ITESO. México.**
- LUNA CORTES, Carlos E. (1995): "Enseñanza profesional de la comunicación: estrategias curriculares y mediaciones", en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords.) Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva. CONACULTA - ITESO. México.**

- MARQUES DE MELO, José (1992): **"O divórcio entre a universidade e a indústria da comunicação na América Latina"**, en Carlos Luna (coord.), Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, México.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (1991): **Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia.** UNAM ENEP Acatlán, México.
- MIER, Luis Javier (1990): **"Notas sobre la profesión comunicativa"**, en Mauricio Andión (comp.) Ciencias de la Comunicación. Las profesiones en México Num. 5. UAM - Xochimilco, México.
- OROZCO, Guillermo (1990): **"Formación de Profesionales en comunicación, dos perspectivas en competencia"**, en Mauricio Andión (comp.) Ciencias de la Comunicación. Las profesiones en México Num. 5. UAM - Xochimilco, México.
- OROZCO, Guillermo (1992): **"De las disciplinas a los saberes. Hacia una reestructuración de la comunicación desde la academia"**, en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS Opción, México.
- PINEDA, Migdalia y MORALES, Elda (1992): **"Nuevos desafíos para la investigación de la comunicación en América Latina en la década de los 90"**, en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Opción, México.

- PRIETO CASTILLO, Daniel (1992): **“Alternativas extrauniversitarias, una práctica pedagógica”**, en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Opción, México.
- REYNA RUIZ, Margarita (1992): **“La comunicación en el campo profesional”**, en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Opción, México.
- REYNA RUIZ, Margarita (1995): **“Mercado ocupacional y el profesional de la comunicación”**, en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords.) Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva. CONACULTA - ITESO. México.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, Mónica (1997): **La enseñanza de la comunicación en México**. Tesis de licenciatura, UNAM - ENEP Acatlán, México.
- SÁNCHEZ GARCIA, Marcela (1996): **Diagnóstico de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva**. Tesina de licenciatura, UNAM - ENEP Acatlán, México.
- SANGUINETTI Pedro y VERANO, Raúl (1992): **“La comunicación (no) es un problema en las carreras de comunicación”**, en Carlos Luna (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores, VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Opción, México.

HEMEROGRAFIA

- ANDIÓN GAMBOA, Mauricio (1991): **“La Formación de Profesionales en comunicación”**, en Diálogos de la comunicación Número 31, pp. 55 - 63. Lima, Perú: FELAFACS.
- CALLETI, Sergio (1991): **“Profesiones, historia y taxonomías: algunas discriminaciones necesarias”**, en Diálogos de la comunicación Número 31, pp. 25 - 36. Lima, Perú: FELAFACS.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1990): **“Escuelas de Comunicación y brechas tecnológicas en México”**, en Diálogos de la comunicación Número 30. p.p. 36 - 45. Lima, Perú: FELAFACS.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1991): **“Prácticas Profesionales y utopía universitaria: Notas para repensar el modelo de comunicador”**, en Diálogos de la comunicación Número 31, pp. 37 - 42. Lima, Perú: FELAFACS.
- LÓPEZ VENERONI, Felipe N. (1991): **“La comunicación como vacío académico”**, en Diálogos de la comunicación Número 31, pp. 15-24. Lima: FELAFACS.
- MARQUÉS DE MELO, José (1988): **“Los desafíos actuales de la enseñanza de la comunicación”**, en Diálogos de la Comunicación Número 19, pp. 4 - 13. Lima, Perú: FELAFACS.
- MARQUÉS DE MELO, José (1991): **“¿Modernidad o anacronismo? El dilema de las escuelas de comunicación en Brasil”**, en Diálogos de la Comunicación Número 31. pp. 49 - 54. Lima Perú: FELAFACS.

- MARTÍN BARBERO, Jesús (1990): **"Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular"**, en Diálogos de la comunicación Número 28. pp. 24 - 29. Lima, Perú: FELAFACS.
- PRIETO CASTILLO, Daniel (1990): **"Notas sobre la formación de los periodistas"**, en Diálogos de la comunicación Número 28. pp. 30 - 35. Lima, Perú: FELAFACS.
- QUIROZ, Teresa (1991): **"Los comunicadores sociales: ¿Entre la crítica y el mercado?"**, en Diálogos de la comunicación Número 31, pp. 43 -48. Lima, Perú FELAFACS.
- SÁNCHEZ GARCÍA, Joaquín (1991): **"Escuelas de Comunicación. ¿Para qué?. Diez años de FELAFACS"**, en Diálogos de la comunicación Número 31, pp. 9 -14. Lima, Perú FELAFACS.
- SANTOYO SÁNCHEZ, Rafael (1994): **"Planeación, educación con calidad"**. Filas N° 13, pp. 10 - 18. México.
- SOLIS, Beatriz y DE LA PEZA, Carmen (1988): **"Modelo para armar. La carrera de Ciencias de la Comunicación de la UAM - Xochimilco. Evaluación de una experiencia"**, en Diálogos de la Comunicación Número 19, pp. 14 - 23. Lima, Perú. FELAFACS.
- SOLIS LERRE, Beatriz (1991): **"Escuelas de Comunicación ¿Para qué?"**, en Diálogos de la Comunicación N° 31, pp 6 - 8. Lima Perú. FELAFACS.
- SUBERVI - VÉLEZ, Federico A. (1991): **"La comunicación colectiva y los hispanos en Estados Unidos. Reflexiones de un comunicólogo puertorriqueño"**, en Diálogos de la Comunicación. N° 31. pp. 64 - 69. Lima, Perú: FELAFACS.

OTRAS FUENTES

BARRANCO, Lourdes (sin A.E.) La construcción de los discursos
Mimeo, México.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1990): El oficio del comunicador. Una década en la formación de comunicadores sociales. (transcripción de conferencias dictadas del 2 - 4 de octubre de 1990). Universidad católica de Uruguay / Fundación F: Naumann, Universidad del Valle - Cali, Colombia: FELAFACS.

SIERRA CABALLERO, Francisco (sin A.E.): Apuntes sobre metodología y epistemología de la ciencia. Principios del paradigma cualitativo e investigación reflexiva. Mimeo, México

Primer Simposium de Prácticas Profesionales de La Universidad Autónoma del Estado de México, celebrado en la ciudad de Toluca, México, los días 9 y 10 de Marzo de 1994.

Seminario - Taller "Enseñanza de la Comunicación y Prácticas Profesionales". CONEICC, celebrado en la Universidad Intercontinental los días 18, 19 y 20 de agosto de 1994.