

17



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES.

**CAMPUS ARAGÓN**

**MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS  
PANORAMA LABORAL PARA LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO DE LA ENEP  
ARAGÓN.**

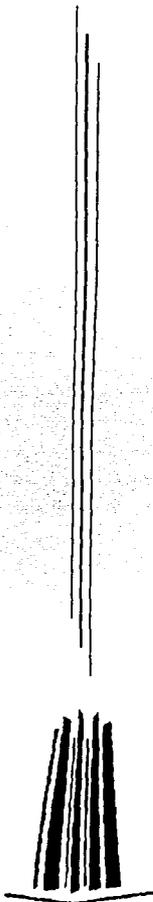
**REPORTAJE RADIOFÓNICO  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PERIODISMO  
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA  
P R E S E N T A :  
GILBERTO ESCOBAR PERALTA**

**ASESOR :  
LIC. MATILDE RICO PIZANO**

**MÉXICO**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**2002**





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.

***A mi madre***

Por enseñarme el valor que tiene el trabajo como el único camino verdadero para hacer que los sueños se vuelvan realidad.

***Mamá:*** Ojalá Dios me dé algún día, por lo menos, la mitad de tu fuerza y valor para enfrentar la vida. Te quiero mucho.

***A mis hermanos***

Por extenderme su mano incondicionalmente cada vez que lo he necesitado, por tenerme paciencia, por creer en mí. El esfuerzo que hoy materializo es una manera de corresponder a su confianza y cariño.

***David:*** Cuidate por favor. Nunca dejes de ser un orgullo para mamá y un gran ejemplo para nosotros tus hermanos.

***Israel:*** Gracias por tu ayuda para la elaboración de este documento, espero que el resultado te sea de utilidad. Y gracias también por la nobleza y solidaridad que siempre me has brindado.

***A mi asesora***

Lic. Matilde Rico, por su tiempo, por compartir conmigo sus conocimientos y el esfuerzo para realizar un trabajo de investigación serio y profesional.

Dedico especialmente este trabajo a quien, con su amor, ha sido una motivación constante que me impulsa a ser cada día mejor profesional, pero sobre todo, mejor ser humano.

***Anabell:*** Por ti, y porque sigamos cristalizando ilusiones juntos ahora que iniciamos el proyecto más importante de nuestra vida. TE AMO.

**Por su apoyo para la elaboración de este reportaje agradezco a:**

Lic. Martha Patricia Chávez Sosa, jefa de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón.

Lic. G. Susana Vigueras Moreno, jefa de la Unidad de Apoyo Pedagógico de la ENEP Aragón.

Lic. Edith Balleza Beltrán, secretaria técnica de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón.

Sr. Guillermo Domínguez Muñoz, director general, Editorial EJEA.

Sr. Angel Ruiz Vargas, director divisional, Editorial EJEA.

Sr. Arturo Ramírez Santa Rosa, jefe del departamento de diseño, Editorial EJEA.

Liliana Hernández Rosas, diseñadora, Editorial EJEA.

Sr. Silvestre Reséndiz Sánchez, dibujante profesional.

Lic. Eva Escutia Alatorre, instructora del curso-taller de producción radiofónica.

Lic. Angélica López Matías, instructora del curso-taller de producción radiofónica.

Lic. Mario Efraín López Sánchez, instructor del curso-taller de producción radiofónica.

Lic. Alfredo Cocolletzi, instructor del curso-taller de producción radiofónica.

Ing. Antonio Serrano, operador del taller de radio de la ENEP Aragón.

Lic. Ernesto Cano Sauza.

Lic. Jorge Martínez Fraga.

Lic. Moisés Chávez Guzmán.

Lic. Dulce María Acosta Hernández.

Lic. Freddy Román Medina, gerente de comunicación, TELMEX, egresado de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Aragón.

Lic. Miguel Lugo, jefe de bolsa de trabajo en AMEDIRII, Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos, AC.

Lic. Alberto Aquino, analista de AMEDIRII.

Sr. Vicente Gutiérrez, productor independiente de programas radiofónicos.

Lic. Esbeide Pineda Jiménez, asesora de Grupo Consulting, Recursos Humanos.

Lic. Mario A. Campa Landeros, jefe de redacción, periódico EXCÉLSIOR.

A los alumnos y exalumnos de la Carrera de Comunicación y Periodismo y de Periodismo y Comunicación Colectiva que participaron en los sondeos aportando sus testimonios y puntos de vista, así como a mis compañeros del curso- taller. A todos ellos mil gracias.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>		
<b>I</b>	<b>LA CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN LA ENEP ARAGÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1	Antecedentes de la ENEP Aragón.....	4
1.2	Nacimiento y consolidación de la carrera.....	8
1.3	Objetivos de la Carrera de Comunicación y Periodismo.....	13
1.4	Campo de trabajo .....	15
1.5	Panorama laboral de los futuros periodistas y comunicólogos de la ENEP Aragón .....	24
<b>II</b>	<b>MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS Y DEL PLAN DE ESTUDIOS .....</b>	<b>32</b>
2.1	Egresados y campo de trabajo .....	35
2.2	Perfil vocacional del estudiante de Comunicación y Periodismo .....	41
2.3	Perfil profesional del egresado de Comunicación y Periodismo .....	44
2.4	Campo de trabajo más allá de los medios y del plan de estudios .....	47
<b>III</b>	<b>EXIGENCIAS DEL CAMPO DE TRABAJO .....</b>	<b>51</b>
3.1	La actitud .....	55
3.2	Los primeros pasos .....	58
<b>IV</b>	<b>DISEÑO DEL PROGRAMA <i>CONEXIÓN UNIVERSITARIA</i> .....</b>	<b>65</b>
4.1	Nombre del programa .....	68
4.2	Lema o slogan .....	68

4.3	Logotipo .....	68
4.4	Objetivos generales.....	68
4.5	Objetivos particulares .....	69
4.6	Antecedentes .....	69
4.7	Público meta .....	69
4.8	Sexo .....	70
4.9	Edad .....	70
4.10	Ocupación .....	70
4.11	Horario .....	70
4.12	Emisora .....	71
4.13	Modalidad de producción .....	71
4.14	Género .....	71
4.15	Reloj de producción .....	72
4.16	Posible patrocinio .....	73
<b>V</b>	<b>PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA</b>	
	<b>CONEXIÓN UNIVERSITARIA .....</b>	<b>74</b>
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>112</b>
	<b>GLOSARIO.....</b>	<b>117</b>
	<b>FUENTES DE CONSULTA .....</b>	<b>120</b>

## **INTRODUCCIÓN**

El estudio del campo laboral es un elemento fundamental en la preparación de los futuros profesionistas. Los dos aspectos principales que conforman el conocimiento del mercado de trabajo son, por un lado, las funciones que el estudiante podrá desempeñar de acuerdo a los conocimientos y habilidades que desarrolló durante su formación académica. Y por otra parte, el comportamiento que observan esas actividades en el marco de la situación económica imperante en la sociedad, misma que determina qué áreas de trabajo están más saturadas y cuáles son aquellas que ofrecen mayores posibilidades de desarrollo.

De la reflexión anterior nace el objetivo principal del presente reportaje, que es acercar más a los estudiantes de Comunicación y Periodismo de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón a la realidad del campo de trabajo al que saldrán a competir cuando concluyan sus estudios de licenciatura. Cabe subrayar, que si bien, estas páginas están dirigidas principalmente a los alumnos en proceso de formación, podrán ser de gran utilidad también para los profesores y egresados, quienes tendrán a su alcance un documento de consulta que les permitirá actualizarse en este tema de relevancia indiscutible.

Es cierto que el plan de estudios de la carrera contiene las áreas básicas de trabajo y algunas funciones específicas que el egresado puede desempeñar al incorporarse a la actividad económica. No obstante, esa información se puede complementar con datos adicionales que se manejan en otros documentos publicados por la Universidad Nacional Autónoma de México, relacionados con el tema, a los que se suman las opiniones de profesores, exalumnos y especialistas en bolsa de trabajo y recursos humanos. Además, este reportaje contiene otras alternativas de empleo que van más allá del campo de acción elemental de la carrera, opciones que han surgido como consecuencia del desarrollo del mercado laboral en México.

*MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS* se divide en cinco capítulos. Los primeros tres contienen la investigación que posteriormente le da sustento al programa de radio diseñado y producido en los capítulos cuatro y cinco, respectivamente.

En el primer capítulo se sintetizan los antecedentes que dieron origen a la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón y a las profesiones que en ella se imparten, abordando el caso específico de la Carrera de Comunicación y Periodismo. Además, se retoma del plan de estudios la información relacionada con el campo de trabajo de esta especialidad. Por último, con el fin de evaluar el *PANORAMA LABORAL* de los futuros comunicólogos de este plantel universitario se analizan los resultados de un sondeo aplicado entre alumnos que están a punto de

terminar la licenciatura. A través de este ejercicio se estima la información que poseen los estudiantes en relación a las actividades que pueden desempeñar en el mercado laboral, así como las opciones de empleo predominantes en sus expectativas profesionales.

El segundo capítulo inicia con una evaluación de la situación que viven los egresados de comunicación en el campo de trabajo. De esa forma se establecen las funciones más frecuentes, así como las de más difícil acceso, y también aquellas alternativas de empleo que no contempla el plan de estudios, pero que son idóneas para el comunicólogo egresado de Aragón, tal es el caso de la administración pública, la capacitación, la comunicación política y la comunicación organizacional, entre otras. Enseguida esa información se compara con el *PANORAMA LABORAL* que antes se detectó en los alumnos.

Las conclusiones de ese análisis prometen enriquecer el marco de referencia de los estudiantes al ubicarlos en un contexto más congruente con la realidad ocupacional que enfrentarán ya como profesionales. En esta parte de la investigación no se puede presumir de precisión absoluta, pues desafortunadamente la ENEP no cuenta con un programa de vinculación entre escuela y egresados que permita obtener elementos de análisis más certeros. Sin embargo, los resultados se consideran confiables, ya que para recabarlos se recurrió a datos y testimonios de exalumnos de todas las generaciones que actualmente cuentan con un empleo.

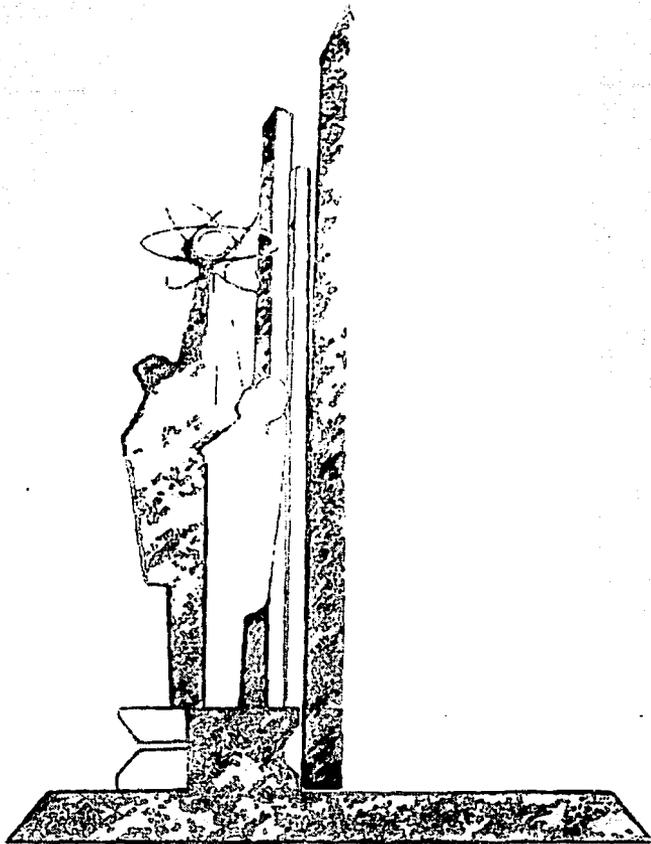
La falta de oportunidades en el campo de trabajo ha generado un clima de competencia encarnizada en la que sólo los mejores podrán abrirse camino. El mundo de las profesiones hoy en día demanda una serie de capacidades que el estudiante tiene que poseer para caminar con pasos firmes en el terreno laboral. La excelencia académica y la actitud son parte de esas capacidades, de las que especialistas en bolsa de trabajo y recursos humanos hablan en capítulo número tres. En ese apartado también se ofrece al estudiante información clara y consejos prácticos que le ayudarán a planear mejor la búsqueda de su primer empleo.

El contenido al que se hace referencia en los párrafos anteriores se traduce al lenguaje radiofónico en la realización de *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* un espacio hecho para los profesionistas del mañana. En esta parte que comprende los capítulos cuatro y cinco el lector podrá conocer los elementos que intervienen en el diseño de un programa de radio, desde el nombre del mismo hasta los posibles patrocinadores que pueden financiar su transmisión. Asimismo, se incluye la producción del reportaje titulado *MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS* con la presentación del formato y

estructura del guión correspondiente. La importancia de esta sección radica en su utilidad como guía para la elaboración de otros programas tanto a nivel escolar como profesional.

Finalmente, cabe destacar que conocer y analizar el campo laboral no es una responsabilidad exclusiva de las autoridades académicas y profesores. Se trata de un ejercicio en el que los estudiantes deben participar recopilando información de manera independiente. En ese sentido, este trabajo representa una opción orientada principalmente hacia esos alumnos responsables, curiosos e interesados en saber más acerca de la realidad que han de enfrentar una vez incorporados a la vida productiva.

**I. LA CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN LA  
ENEP ARAGÓN**



Uno de los principales objetivos de la ENEP Aragón desde su fundación es formar profesionistas capaces de triunfar en el campo laboral

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Antes de hablar del *PANORAMA LABORAL* para la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón, es necesario comentar las principales razones que dieron origen a este campus universitario. También es preciso considerar como antecedente el desarrollo que ha tenido el plantel a través de sus veinticinco años de existencia, de esa manera comprenderemos cuál es el perfil con que los egresados, en el caso concreto de la Carrera de Comunicación, saldrán a competir al campo de trabajo.

Una vez ubicados los antecedentes, el siguiente paso será recordar cuáles son las actividades concretas que el comunicólogo de Aragón puede desempeñar en el campo laboral gracias a su formación profesional. Cabe destacar que en lo referente a este punto además de mencionarse las funciones contenidas en el plan de estudios y la guía de carreras de la UNAM, se incluyen otras actividades detectadas durante el sondeo aplicado entre un grupo de egresados que hoy en día ejercen la carrera. Es decir que no se trata de una selección arbitraria de funciones, sino de una lista adicional de empleos que actualmente desempeñan comunicólogos aragoneses, hecho que plantea la posibilidad de que, a partir de esta investigación, se complemente la información acerca del campo de trabajo para la Carrera de Comunicación y Periodismo que brinda la ENEP Aragón a través de los documentos oficiales.

En el *PANORAMA LABORAL*, no sólo interviene la escuela con sus planes y programas de estudio, con su tradición y mística, con sus objetivos trazados a partir de la responsabilidad social para la que fue creada, definitivamente no. Conocer el campo laboral requiere también del esfuerzo de los alumnos. Este último aspecto de la formación académica también se mide en la primera parte de la investigación. Veremos qué tan informado está el alumno de comunicación sobre lo que es su campo de trabajo. En consecuencia aparecerá la justificación del presente reportaje que se presenta principalmente como una opción para aquellos alumnos interesados en ampliar sus conocimientos relacionados con el mercado laboral.

## 1.1 Antecedentes de la ENEP Aragón

La Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón nace en el año de 1976 como respuesta de la Universidad Nacional Autónoma de México al desarrollo económico y social de nuestro país que, en la década de los sesenta, trajo como consecuencia el aumento acelerado de la demanda de educación superior, así lo señala el libro titulado *UNAM Campus Aragón, reflexiones y testimonios de dos décadas*. El documento en el que académicos del plantel encabezados por René Rivas Ontiveros y Hugo Sánchez Gudiño hacen una reseña de la vida de ENEP, desde su nacimiento hasta la mitad de la década de los noventa, también menciona que en sus inicios la nueva universidad tenía como tarea primordial extender los beneficios culturales de la máxima casa de estudios hacia las zonas conurbadas del Distrito Federal, cuya población y necesidades crecían a pasos agigantados. Otro de sus objetivos, según la citada publicación, era contribuir a resolver problemas urbanos en la zona en que fue construida. Sin embargo, con el paso de los años los retos han crecido paulatinamente, de tal forma que a veinticinco años de su gestación, la comunidad aragonesa tiene la enorme responsabilidad de enfrentar con excelencia y compromiso las nuevas exigencias que trae consigo el crecimiento y desarrollo del país en general.

Fue en el año de 1974 cuando se aprobó la iniciativa del entonces rector Dr. Guillermo Soberón, de crear nuevas unidades multidisciplinarias para descentralizar los estudios superiores de Ciudad Universitaria y atender la necesidad que tenía México de llevar a más ciudadanos los beneficios de ese nivel de educación. Esa fue, igualmente, la principal consigna de la reforma educativa impulsada por el ex presidente Luis Echeverría. El proyecto se hizo realidad con la construcción, primero de la ENEP Cuautitlán en 1974, después vendría el turno para Acatlán e Iztacala en 1975 y finalmente el 16 de enero 1976 abre sus puertas la ENEP Aragón.

La ubicación de las ENEP obedece a que en aquellos años las zonas aledañas a la capital mexicana eran las que presentaban mayor demanda de enseñanza superior. Se trataba de regiones marginadas, con un enorme rezago social. El sitio elegido para edificar una de esas nuevas universidades periféricas fue Valle de Aragón, colonia perteneciente al municipio de Nezahualcóyotl, al oriente del Distrito Federal, lugar por donde algún día corrieron las aguas del lago de Texcoco, convertido con el paso de los años en un desierto que cobró vida a principios de la década de los sesenta cuando la explosión demográfica produjo un movimiento masivo de pobladores que se asentaron en estas tierras atraídos por la valiosa oportunidad de adquirir terrenos a buen precio, aunque carentes de servicios. Es hasta la década de los ochenta cuando la urbanización de Valle de Aragón se

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

consolida con la aparición de zonas residenciales, centros comerciales, rutas de transporte, pavimentación, y alumbrado público, entre otros servicios. En esa etapa también se termina de construir el total de los edificios del nuevo plantel universitario.

Sergio Rosas Romero, uno de los profesores participantes en *Reflexiones y Testimonios de dos décadas* destaca en su intervención que los primeros años de la llamada universidad periferia resultaron sumamente difíciles pues el paisaje gris del rumbo parecía contagiar el ánimo de los alumnos y profesores que arrancaban con la actividad académica en el nuevo plantel, cuyas instalaciones se limitaban a tres edificios terminados y uno más en construcción. "El medio ambiente hostil, la falta de vegetación, la escasez de agua y la realización constante de obras de construcción fueron el tenor preponderante en los primeros meses del funcionamiento de la escuela, periodo en el que su director fundador, Ingeniero Pablo Ortiz Macedo, realizó un esfuerzo extraordinario acorde con el espíritu universitario que siempre le impulsó".<sup>1</sup>

La historia de la ENEP Aragón ha tenido un testigo presencial, se trata del profesor Moisés Chávez Guzmán, decano de la Carrera de Comunicación y Periodismo quien, a lo largo de sus veinticinco años de servicio, ha visto a esta escuela nacer y mantenerse viva con todas sus carencias, pero también, como él mismo dice, con una gran riqueza que la hace ser una de las mejores universidades del país.

Chávez Guzmán ha estado cerca de los estudiantes aragoneses, particularmente los de comunicación, generación tras generación, en el salón de clase en el que cada una de sus sesiones se convierte en una lección de vida, desde ese lugar que es su trinchera, el académico, músico y poeta da su opinión de lo que ha sido la ENEP desde su nacimiento hasta nuestros días.

En sus inicios, recuerda Moisés Chávez, la ENEP Aragón tenía como objetivo principal preparar profesionistas que cubrieran las necesidades del campo laboral, sin embargo poco tiempo después de haber iniciado las actividades, los profesores se dieron cuenta de que estaban equivocados, entendieron entonces que el verdadero trabajo en el nuevo campus universitario no era formar egresados que ocuparan cuadros específicos en el mercado de trabajo, la verdadera misión era y sigue siendo impulsar a los jóvenes para que inventen su propio trabajo con base en su iniciativa

---

<sup>1</sup> Rivas, René, et al. *UNAM Campus Aragón, Reflexiones y Testimonios de dos décadas*, p. 42.

y en su creatividad...“Ésa es la UNAM, ésa debe ser también la ENEP Aragón, conciencia social, responsabilidad histórica, difusión de la cultura, investigación para todos, nada de fragmentaciones, una universidad que debemos defender del sistema neoliberal que pretende dividirla para privatizarla después”.

El decano se emociona al hablar de los aspectos de la ENEP que no se ven pero se sienten, se apasiona, da una fuerte bocanada a su cigarrillo mentolado para después continuar... “Los principios universitarios han sido y siguen siendo muy claros para los profesores que tenemos muchos años aquí, pero desafortunadamente no sucede lo mismo con los maestros jóvenes quienes, en su mayoría, tienen una visión parcial de lo que significa pertenecer a la Máxima Casa de Estudios. Ellos piensan que, como sucede en las universidades privadas, su tarea es formar estudiantes que realicen funciones específicas en el campo profesional, pero eso no es cierto, el alumno de Aragón siempre ha tenido que inventarse su empleo pues no tiene padrinos, no tiene dinero, tampoco tiene una especialización, lo que tiene es una visión más amplia de la realidad, lo que le da la oportunidad de tener perspectiva en el campo laboral”.

Sobre los cambios que ha sufrido la ENEP después de sus primeros veinticinco años, y no en el aspecto físico, sino en el que se refiere a la personalidad de sus alumnos y a su desenvolvimiento dentro de la vida académica del plantel, Moisés Chávez habla de dos aspectos que para él son evidentes. En primer lugar está la participación de las mujeres quienes en los últimos años han arrebatado la estafeta a los hombres para ser ellas las que participan más, las que debaten, las que proponen. Otro aspecto que también tiene matices distintos es la posición de Aragón frente a Ciudad Universitaria...“Antes nos veían como el hermano menor, tanto en prestigio como en capacidad, pero cada vez hay más evidencias de que esa situación ha cambiado. Ahora nos escuchan, tienen mucho que aprender de nosotros, hoy, incluso, copian nuestro plan de estudios”.

Moisés Chávez subraya que si bien es cierto que la ENEP Aragón ha cambiado, la realidad es que sus rasgos esenciales son actualmente los mismos con los que nació...“La ENEP Aragón es sinónimo de contrariedad, de contradicción, de crisis, eso es y lo seguirá siendo porque estamos situados en un punto neurálgico llamado Nezahualcóyotl, un lugar que está vivo, que crece y empuja cada vez con mayor fuerza. Por nuestra parte, los maestros de la vieja guardia como yo seguiremos defendiendo el concepto UNAM, en condiciones adversas, con sueldos miserables, continuaremos fortaleciendo un sistema académico que funciona desde siempre, que no es perfecto, pero finalmente funciona”.

Con el paso del tiempo las tareas primordiales que dieron origen a la ENEP Aragón se cumplieron. Se logró consolidar un centro universitario que brindaba al estudiantado la posibilidad de cursar las carreras de Arquitectura, Diseño Industrial, Derecho, Economía, Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánica Eléctrica, Pedagogía, Relaciones Internacionales, Sociología, y Periodismo. Y no sólo eso, también se alcanzó, gracias al esfuerzo del personal académico y al empeño de los estudiantes, la meta de formar profesionistas capaces de competir con egresados de otras universidades. Pero surgieron nuevos retos; en los años posteriores se suman las carreras de Planificación para el desarrollo Agropecuario e Ingeniería en Computación, también se fomentan los estudios de posgrado, la difusión cultural y se construye el Centro de Cómputo.

“Actualización y cambio de planes-programas de estudio en la mayor parte de sus carreras, incremento de concursos de oposición para regularizar la situación laboral de sus profesores, modernización en el mantenimiento de sus instalaciones, promoción de publicaciones de divulgación y estímulos a la investigación, entre otros alcances. son rasgos que definen a la ENEP Aragón del nuevo siglo”.<sup>2</sup>

Se ha hecho mucho, pero aún no es suficiente. La ENEP Aragón está cada vez más comprometida con la sociedad, y estará en condiciones de responder cabalmente a ese reclamo, en la medida en que académicos y alumnos trabajemos para proveer a México de los profesionistas que necesita.

---

<sup>2</sup> Sánchez, Hugo. La ENEP Aragón frente al nuevo milenio que viene, p 27.

## **1.2 Nacimiento y consolidación de la carrera**

La comunicación como proceso de intercambio de ideas entre dos o más personas, así como entre grupos sociales, ha sido un factor determinante en el desarrollo de la humanidad. "Es claro que desde tiempos inmemoriales ha existido entre los grupos humanos la necesidad de transmitir información que les permita a los sujetos interactuar con su medio físico y psico-social".<sup>3</sup> Es por ello que el hombre, a lo largo de su existencia, ha creado diversos mecanismos de emisión y recepción de mensajes.

Ha sido tal la trascendencia de la comunicación en el devenir histórico que, de ser una práctica surgida de manera espontánea como una necesidad elemental del hombre, se ha convertido, hoy en día, en una disciplina que se estudia a los más altos niveles científicos y académicos en todo el mundo. Dentro del desarrollo de la comunicación como fenómeno social surgió otro concepto estrechamente relacionado y no menos importante: el periodismo.

El periodismo como profesión llega a México en 1943. Es la Universidad Femenina de México la primera en abrir sus puertas a esa carrera. En 1951 se crea la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM cuya licenciatura contaba con la especialidad en periodismo. Ocho años después, en 1959, se da la separación entre la licenciatura en Ciencias Políticas y Sociales y la de Periodismo y Comunicación Colectiva. En 1968 con la creación de los estudios de posgrado, la Escuela Nacional de Estudios Políticos y Sociales se convierte en Facultad. Después, en 1976 nace la maestría en Ciencias de la Comunicación.

En ese mismo año, 1976 nace la ENEP Aragón como parte del proyecto de descentralización de la educación superior de la Universidad Nacional Autónoma de México. El plantel abre sus puertas con diez carreras, entre ellas la de Periodismo y Comunicación Colectiva cuyo plan de estudios era prácticamente el mismo que se aplicaba en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, modelo retomado, a su vez, de la Escuela Superior de Estudios en Ciencias Sociales de París, Francia.

El nuevo plan de estudios para la Carrera de Comunicación y Periodismo se publica en 1993, en él se hace una revisión del plan original, mismo que estaba constituido por ocho semestres con 38 asignaturas divididas en tres etapas: la

---

<sup>3</sup> Rivas, René, Op. cit. p 89.

propedéutica, la formativa y la de opción vocacional. La propedéutica la conformaban las materias impartidas durante los tres primeros semestres de tronco común. La formativa iniciaba en el tercer semestre, y del sexto al octavo semestre se cursaba la etapa de opción vocacional en la que el alumno está obligado a elegir una opción entre las especialidades de radio, prensa y televisión.

En los antecedentes de la renovación del plan de estudios también se menciona que el grupo de asignaturas dentro de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva se agrupaban en siete áreas de conocimiento:

Áreas	Créditos
1. Propedéutica	86
2. Teórica	72
3. Metodológica	24
4. Técnica	64
5. Administrativa	24
6. De opción vocacional	24
7. Seminario de tesis profesional	16
Total:	310

Fue hasta el año de 1992 cuando el Consejo Técnico del plantel aprueba la renovación del plan de estudios, y el cambio de nombre de la carrera a Comunicación y Periodismo. La actualización del plan de estudios se hizo pensando en los cambios económicos y sociales que ha experimentado el país. Por otra parte, se toma en consideración el desarrollo de los medios de comunicación tanto en sus recursos tecnológicos como en su impacto social, político y cultural. Y por último, se consideran las características del campo laboral transformado por los dos aspectos anteriores. Al respecto, el plan de estudios de 1993 señala que "la Carrera de Comunicación y Periodismo debe diversificar su objeto de estudio para incursionar en otros campos de más actualidad y futuro, ampliando la gama de capacitación técnica a través de las nuevas tecnologías sin perder de vista la formación teórico-metodológica que le permite no sólo interpretar, sino transformar su quehacer profesional para ser más competitiva integralmente en el marco del nuevo siglo".<sup>4</sup>

<sup>4</sup> UNAM ENEP Aragón, Plan de estudios para la Carrera de Comunicación y Periodismo, p 36.

Las páginas del plan de estudios actual señalan cuáles fueron los cambios fundamentales hechos a la curricula original, mismos que se numeran a continuación

1. Cambio de nombre en la carrera.
2. Reformulación de los objetivos generales.
3. Modificación e integración de nuevas áreas de conocimiento.
4. Mayor correlación entre las asignaturas antecedentes y consecuentes de la carrera.
5. Reestructuración de las asignaturas, ampliando los tiempos y los contenidos.
6. Eliminación de algunas asignaturas, quedando sus ideas y conceptos básicos ubicados en otras.
7. Incremento del número de créditos de 310 a 315 para dar cabida a asignaturas importantes en la formación del estudiante de Comunicación y Periodismo. Esto sin rebasar el número de créditos de la facultad de origen.
8. Inclusión de prácticas escolares de campo.
9. Incorporación de manejo de nuevas tecnologías en algunas asignaturas para no quedar rezagadas y así evitar disparidades entre lo enseñado y el campo de trabajo.
10. Integración de contenidos en algunas asignaturas con los de otras y determinación del nombre adecuado, para dejar espacio a la creación de nuevas asignaturas.
11. Creación de nuevas asignaturas entre las que destacan: computación aplicada a la comunicación, laboratorio de docencia, comunicación educativa y actualización periodística.

El objetivo del cambio de nombre en la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, a Comunicación y Periodismo, es abrir aún más el panorama profesional del egresado.

El nombre anterior, mismo con el que nació la carrera le daba más importancia al periodismo que a la comunicación, cuando en realidad la formación académica del estudiante se encamina al estudio de la comunicación en general y del

periodismo en particular. En otras palabras, la comunicación es un término más amplio y debe incluir al periodismo, nunca de manera contraria. De esta forma "el cambio de nombre desarrolla un universo mucho más amplio, aportando múltiples posibilidades de estudio, investigación, aplicación y desempeño laboral".<sup>5</sup> A esta razón obedece también la eliminación del término Comunicación Colectiva, pues al utilizarlo se limita el campo de estudio y acción del egresado a un solo aspecto de la comunicación, cuando existen otras formas de comunicación que el estudiante debe abarcar y que son también sumamente importantes.

Actualmente, la Carrera de Comunicación y Periodismo se compone de ocho semestres y cuarenta y una asignaturas agrupadas en dos etapas. La primera de ellas se denomina formativa, donde se imparten las asignaturas que sirven de base para la formación teórica, metodológica, técnica y cultural del licenciado en Comunicación y Periodismo. La segunda etapa es la de preespecialización, en ella se sientan las bases para que posteriormente un estudiante esté en condiciones de elegir una especialidad o maestría.

Como ya se mencionó, la organización de las asignaturas de acuerdo a las áreas de conocimiento también sufrió modificaciones. Hoy se encuentran repartidas de la siguiente manera:

Áreas	Créditos
1. Teórica	96
2. Técnica	86
3. Teórico-metodológica	72
4. Teórico-Técnica	37
5. Administrativa	16
6. Optativa	8
Total	315

Según el plan de estudios, "el otorgamiento de créditos, por asignatura, está dado en función de sus horas teóricas y prácticas. La hora teórica tiene un valor de 2

<sup>5</sup> UNAM ENEP Aragón. Op. cit. p 11.

créditos y la hora práctica es de un crédito, esto con base en el Reglamento General de Estudios Técnicos y Profesionales de la UNAM".<sup>6</sup> Por ejemplo la materia de computación aplicada a la comunicación que se imparte en el tercer semestre dedica tres horas semanalmente a la enseñanza teórica y una a la práctica, entonces su valor es de siete créditos.

---

<sup>6</sup> UNAM ENEP Aragón, Op. cit. p 14.

### 1.3 Objetivos de la Carrera de Comunicación y Periodismo

De acuerdo al plan de estudios actual, el propósito fundamental de la Carrera de Comunicación Periodismo es formar profesionistas capaces de comprender, analizar, evaluar y criticar de manera constructiva el proceso de comunicación en todos sus campos: masivo, colectivo, interpersonal, organizacional, y también el que se refiere al periodismo por ser una forma de comunicación social. Además, los comunicólogos y periodistas egresados de la ENEP Aragón tienen las herramientas teóricas y técnicas necesarias para abordar el fenómeno de la comunicación desde el punto de vista cultural, educativo y estético para determinar cuál es la manera más eficiente de estructurar y transmitir mensajes, en función de las necesidades de la sociedad expresadas a través del campo de trabajo. El mismo documento dice que los objetivos generales y específicos de la carrera son los siguientes:

#### Generales

Analizar científicamente el fenómeno de la comunicación a través de las diversas teorías y métodos.

Evaluar el comportamiento de los individuos en todo acto comunicativo y la interrelación de los procesos de la comunicación con otros procesos sociales.

Producir mensajes en sus distintas modalidades.

Emitir mensajes a través de diferentes canales.

#### Específicos

Analizar las implicaciones ideológicas y políticas en el estudio de la comunicación.

Analizar corrientes en el estudio de la comunicación.

Evaluar la transformación de los fenómenos de la comunicación.

Evaluar los avances en el conocimiento en comunicación.

Proponer alternativas para solucionar problemas de comunicación a nivel nacional y regional fundamentadas en resultados de investigaciones en comunicación.

Proponer políticas para el desarrollo cultural.

**Promover la difusión y la aplicación del conocimiento de la comunicación para beneficio social.**

**Promover la aplicación del conocimiento sobre comunicación con fines de desarrollo cultural.**

#### **1.4 Campo de trabajo**

Los objetivos de la Carrera de Comunicación y Periodismo citados en el apartado anterior pueden sintetizarse en uno solo. Tanto para la ENEP Aragón como para el resto de las instituciones de educación superior, la meta principal es proporcionar a sus alumnos las herramientas teóricas y prácticas necesarias que les permitan desenvolverse exitosamente en el campo laboral. Para alcanzar ese objetivo también es necesario dar a los estudiantes y egresados información relacionada con las áreas de trabajo correspondientes a su especialidad, así como con las diferentes funciones que pueden desempeñar ya como profesionales. Este ejercicio, además de brindar a los egresados la oportunidad de conocer más a fondo su carrera, les permitirá proyectar sus esfuerzos y aspiraciones hacia la actividad con la cual se sientan más identificados en función de sus aptitudes y habilidades personales.

Con la actualización del plan de estudios para la Carrera de Comunicación y Periodismo en 1993, la ENEP Aragón dio un paso importante en el compromiso de ofrecer a sus futuros periodistas y comunicólogos un panorama acerca de su campo de trabajo, pues el documento dedica uno de sus capítulos a ese tema. En contraste, el plan anterior (Periodismo y Comunicación Colectiva) no contenía información al respecto. Sin embargo, actualmente es posible complementar la información contenida en el citado documento, con datos que se manejan en otros medios como la Guía de Carreras de la UNAM, folletos y boletines de orientación vocacional editados por la Máxima Casa de Estudios y la que generan los expertos en campo de trabajo y recursos humanos.

“El comunicólogo ejerce la carrera fundamentalmente en empresas periodísticas, editoriales y radiodifusoras. También trabaja en los medios de comunicación masiva, agencias noticiosas, publicitarias y propagandísticas; en oficinas de prensa y relaciones públicas. Asimismo, se desempeña en productoras de televisión, compañías productoras de cine, instituciones que poseen departamento de comunicación, de relaciones públicas, de análisis y síntesis informativa, y en las relacionadas con el estudio de la opinión pública. Realiza también tareas de investigación, como analista de los fenómenos comunicativos, en empresas especializadas, y puede ejercer como docente en escuelas de educación media y superior o colaborar en centros de capacitación de personal. El desarrollo de los productos multimedia y la solidez adquirida por la comunicación organizacional han abierto, de igual manera, nuevas áreas de trabajo que requieren de profesionales de la comunicación”<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Universidad Nacional Autónoma de México, Guía de Carreras, p 294.

A continuación se anotan algunas de las funciones que puede desempeñar el egresado de la Carrera de Comunicación y Periodismo, mismas que están registradas en el plan de estudios. Para los fines que persigue esta investigación se mencionan, además, las características específicas de cada una de ellas.

**Reportero en medios impresos y electrónicos:** Se encarga de buscar la información para llevarla a la redacción. Es un testigo de los hechos que relata, un periodista enviado al lugar para ver, oír, sentir, analizar y narrar un acontecimiento de manera objetiva. El reportero debe tener como cualidades la capacidad de observación, buena memoria, curiosidad, entusiasmo, claridad de pensamiento, exactitud, cultura, educación y sagacidad, entre otras.

**Redactor en medios impresos y electrónicos:** Permanece en la redacción para redactar, seleccionar y ordenar la información que recibe de diferentes fuentes nacionales e internacionales. Otras funciones que desempeña son la corrección de estilo, edición y reedición de textos. El redactor es quien se encarga de preparar el material para su difusión.

**Editorialista y Articulista:** El editorialista es quien escribe los artículos que expresan el punto de vista institucional del medio para el que labora sobre un hecho o acontecimiento determinado. Generalmente no aparece su firma en los textos que escribe, pues éstos no necesariamente son el reflejo de su posición personal, sino de la línea editorial.

**Corrector de estilo:** Encargado de revisar los originales para enmendar los errores gramaticales y otras inexactitudes.

**Editor:** Es el responsable de mantener la línea editorial de una publicación, la cual es marcada ya sea por el propietario, o bien por el director de la misma. Es decir, es el responsable del contenido, coordina y supervisa el trabajo de todos quienes participan en la elaboración del material.

**Asesor:** La principal función del comunicólogo como asesor es orientar la programación y el contenido en programas de radio y televisión. Sin embargo, por ser un profesional con una vasta cultura general, que incluye el conocimiento de la problemática nacional en cualquiera de sus aspectos, su campo de acción puede extenderse a otras áreas como la política, por ejemplo.

**Conductor de Programas de radio y televisión:** El egresado de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón está capacitado para conducir programas informativos principalmente, pues durante sus estudios adquiere los conocimientos necesarios para comprender, analizar y criticar la realidad nacional, así como otras habilidades como el manejo del lenguaje oral, y diversas técnicas para hablar en público.

**Guionista:** Hace por escrito la relación detallada de la acción de una película, o de un programa de radio o televisión. El guión comprende diálogos, textos e indicaciones técnicas. El guionista debe ser una persona sumamente creativa que sepa transformar ideas, conceptos y situaciones en imágenes y sonidos.

**Investigador:** Su principal tarea es obtener información por medio de la aplicación del método científico. Ésa es una cualidad profesional del comunicólogo quien domina además, las técnicas de investigación documental. Es una labor estrechamente ligada con el aspecto periodístico de la carrera, pues el ejercicio informativo siempre está sustentado en la investigación.

**Analista de textos en instituciones públicas y privadas:** Estudia un problema para determinar sus causas y efectos, y en muchos casos, para encontrar posibles soluciones. Requiere de un amplio nivel cultural. La práctica puede conducirlo a la especialización en un tema determinado sobre el cual sus puntos de vista serán de suma importancia.

**Agregado de prensa:** Desempeña labores informativas en embajadas y consulados.

**Comentarista:** Da sus puntos de vista acerca de un acontecimiento de interés público. Su carácter de especialista le da un valor importante a sus juicios. Los medios informativos más importantes cuentan con comentaristas para los temas fundamentales; política, finanzas, deportes, economía, educación, entre otros.

**Corresponsal:** Se encarga de cubrir la información de una zona geográfica determinada, situada fuera del lugar donde se encuentra el medio para el que trabaja. Puede ser una ciudad o un municipio en el mismo país, o bien, en el extranjero.

**Publicista:** Aunque en un sentido estricto, este término se utiliza para definir a la persona que escribe para un público determinado, el plan de estudios lo emplea para clasificar al comunicólogo especialista en publicidad, cuya función es crear mensajes de carácter comercial para impulsar el lanzamiento y la venta de un producto en el mercado.

**Agente de relaciones públicas:** Su principal tarea es dar al público una imagen favorable de la empresa a la que presta sus servicios, así como crear un clima de comprensión y participación dentro de ella. El publicirrelacionista es el contacto de la empresa con los medios de comunicación a través de los cuales se difunde la imagen de la misma. El trabajo de relaciones públicas se hace generalmente en las grandes empresas. Existen también empresas dedicadas a vender a otras este servicio.

**Profesor:** Además de ser el indicado para formar a los futuros comunicólogos y periodistas, el egresado de Comunicación y Periodismo está capacitado para impartir clases en el área de ciencias sociales, en los niveles medio y medio-superior, así como en las asignaturas que se relacionan directamente con su carrera. Cabe subrayar que la docencia es una de las principales fuentes de ocupación para los egresados de la ENEP Aragón.

**Administrador de los medios de comunicación impresos y audiovisuales:** Se encarga de los asuntos comerciales y financieros, del personal, y del aprovisionamiento de material para la producción de la publicación, así como de la publicidad y promoción de ventas (en el caso de los medios impresos este último punto corresponde a la circulación). En términos generales, el administrador de los medios de comunicación busca la economía de los recursos materiales y la más amplia difusión del producto.

**Fotógrafo:** El egresado de Comunicación y Periodismo puede ejercer la fotografía de manera profesional, en medios de comunicación, como reportero gráfico, en instituciones privadas y de gobierno, cubriendo y guardando testimonio de eventos relevantes. Existen fotógrafos que trabajan de manera independiente, se especializan en un área determinada y venden su material a empresas y particulares.

**Asistente en la producción de medios electrónicos:** Se espera que esta persona sea un verdadero apoyo en la realización de las diferentes etapas de la producción. El asistente es el encargado de hacer llamados y repartir guiones, de vigilar y supervisar la elaboración de material de apoyo y de dirigir la edición de algún programa. En la transmisión de programas en vivo su papel es muy importante, ya

que es el enlace del productor con el resto del personal que no interviene directamente en la transmisión, por ejemplo, el personal de relaciones públicas, el administrativo, o incluso los patrocinadores.

**Productor de programas audiovisuales:** Su responsabilidad consiste en organizar el proceso completo que lleva a la transmisión o grabación de un programa o serie. Entre sus numerosas funciones destacan las de organizar, supervisar y coordinar las actividades de todos los elementos que intervienen en este proceso. El productor debe conocer el aspecto técnico, aún sin tener conocimientos profundos en electrónica, ya que sólo de esta manera podrá conocer las limitaciones y potencialidades del equipo con que cuenta. Además debe hacerse cargo de la administración y aplicación del presupuesto establecido para un programa o serie. El productor debe lograr que su programa cuente con la calidad técnica y de contenido que le permita cumplir con los fines para los que fue pensado.

Enseguida se citan otras funciones básicas que no aparecen en el plan de estudios, pero que, por ser fuente de ingresos de muchos egresados, forman parte del campo laboral:

**Operador de equipo de audio y video:** Las condiciones del mercado laboral obligan al egresado trabajar como operador aunque su formación profesional no plantea este objetivo. Existen casos de exalumnos que laboran como operadores en las cadenas de radio y televisión. En muchos de ellos las empresas fomentan que egresados universitarios desempeñen esa función, los capacitan y no les dejan otra opción para ser contratados. A los directivos les conviene esa situación pues así logran tener un empleado que realice tareas de operación y producción al mismo tiempo.

**Realizador de imagen:** Su trabajo consiste en vestir con imágenes los textos del guión televisivo, siguiendo la línea creativa que marque el productor. En el área de noticias el realizador recibe el audio de las notas escritas por los reporteros, después, con el apoyo de un operador mezcla ese sonido con el video correspondiente, dejando la nota lista para que sea transmitida al público. Ese mismo proceso se sigue en la elaboración de cualquier otro tipo de programas.

**Colaborador independiente (free-lance):** Ésta es una opción que los egresados explotan poco. Es verdad que para crear una empresa de comunicación colectiva se requieren grandes capitales, sin embargo, existen otras opciones más viables que ofrece ese sector. El egresado de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón

puede trabajar como colaborador en medios impresos y electrónicos. En este caso es recomendable la especialización en un tema o actividad determinados, eso le dará la oportunidad de darse a conocer en el medio y trabajar para dos o más empresas a la vez. Entre las funciones que puede realizar el egresado de Comunicación de la ENEP Aragón de manera independiente están también: articulista, fotógrafo, investigador, productor de radio, productor de televisión, guionista, entre otras.

**Argumentista de historieta y comic:** Su función principal consiste en escribir historias para revistas ilustradas. Ésta es otra de las actividades a las que los egresados se acercan poco, a pesar de que, por su perfil académico y vocacional, son los profesionistas idóneos para realizarla. Conocimientos básicos en estructura dramática, gusto por la lectura y dominio del lenguaje escrito y amplio sentido común son tres características fundamentales en el perfil del argumentista. Este profesional trabaja de manera independiente, aunque en el caso de los más cotizados las editoriales pagan contratos de exclusividad. Su trabajo suele ser bien remunerado y, además de escribir, puede proponer y vender ideas para nuevas publicaciones. Cabe destacar que las empresas dedicadas a producir este tipo de material se encuentran inmersas en una fuerte competencia, por ello están necesitadas de colaboradores cada vez más capaces, en ese sentido el egresado de comunicación puede ejercer las ventajas que le da su formación escolar sobre otros que han aprendido el oficio de manera empírica, mismos que actualmente dominan ese terreno.

El folleto del Informe de Desempeño Profesional como opción de titulación contiene otras actividades en las que puede emplearse el egresado de la Carrera de Comunicación y Periodismo:

**Columnista:** Se trata de un periodista cuya experiencia y capacidad hacen que sus comentarios sean sumamente valiosos para el público. El columnista se especializa en una área informativa específica; política, economía, deportes, finanzas, entre otras. Sus artículos de opinión aparecen en un lugar fijo, con una periodicidad determinada y son identificados también por el nombre del autor y un título atractivo y original.

**Jefe de Información:** Se encarga de ordenar y distribuir entre los reporteros las órdenes de trabajo que se generan de las distintas fuentes. También participa en la organización de la información de acuerdo a su importancia. El jefe de información también está habilitado para dar su punto de vista sobre el contenido de las notas y puede orientar al reportero acerca del tratamiento que debe darle a las mismas.

**Jefe de Redacción:** Durante mucho tiempo se ha considerado una de las autoridades máximas dentro de un periódico. Su jerarquía se ubica sólo después de la del dueño y el director general. El jefe de redacción coordina y supervisa todo el proceso noticioso; desde que la nota llega a la redacción hasta que es enviada a los talleres de impresión. Su autoridad influye en todas las secciones a través de sus secretarios de redacción. Aunque las funciones del jefe de redacción siguen vigentes, la figura de este personaje como una de las autoridades máximas del periodismo está desapareciendo paulatinamente. La modernización en las estructuras de los diarios ha dado como uno de sus resultados que la responsabilidad de los contenidos ya no recaiga en un solo personaje. Actualmente en periódicos como el Universal y el Reforma existe un responsable único por cada área de información al que se le denomina **coordinador editorial**.

**Reportero gráfico:** Aunque podría suponerse que se trata de una combinación entre el reportero y el fotógrafo, en realidad las tareas de ambos están bien delimitadas y esta fusión no es común en la práctica. Lo cierto es que en los medios informativos impresos, el fotógrafo recibe el nombre de reportero gráfico porque su función va más allá de sacar fotografías. Un buen fotógrafo es capaz de narrar un hecho sin necesidad de las palabras, sin embargo en sus funciones no figura la capacidad para redactar notas periodísticas ni la de realizar trabajos de investigación.

**Director o subdirector de oficinas de Comunicación Social:** Comunica a la sociedad programas, planes y resultados de la acción de la dependencia o institución en la que se desempeña, y capta la información relevante para la toma de decisiones de funcionarios. Asimismo, dirige la política de comunicación social y relaciones públicas de conformidad con los objetivos de la propia dependencia o del gobierno, según sea el caso. También proporciona apoyo técnico a funcionarios o directivos para la realización de giras y entrevistas o conferencias con los medios de comunicación, así como para la promoción de actividades culturales de la dependencia o institución.

El campo de trabajo para los comunicólogos y periodistas egresados de la ENEP Aragón es muy amplio, pero también es uno de los más competidos y restringidos debido al desequilibrio que existe entre la oferta y la demanda de empleo en el medio. Esto se debe, principalmente, a que cada año es mucho mayor el número de egresados que la cantidad de empleos disponibles.

A pesar de que el periodismo y la comunicación como profesiones en nuestro país son relativamente jóvenes, su expansión y crecimiento ha sido acelerado. A partir de la década de los ochenta, se ha multiplicado el número de universidades y escuelas que enseñan esta disciplina. "Dicha situación trae consigo una gran competencia y una oferta desmedida de comunicadores; esto a su vez ocasiona que un elevado número de profesionistas se dedique a actividades diferentes a su carrera".<sup>8</sup>

Dentro de la Universidad Nacional Autónoma de México, en el área de las ciencias sociales, la carrera de comunicación ocupa el quinto lugar como una de las licenciaturas con mayor matrícula, la superan las carreras de Derecho, Contaduría, Administración y Psicología, y su tasa de crecimiento es de alrededor de 6% anual. Dentro de las doce carreras que se imparten en la ENEP Aragón, ocupa el tercer lugar en demanda, la superan Derecho e Ingeniería Mecánica Eléctrica.

Se sabe que para ejercer la carrera no es necesario el título, sin embargo, el contar con ese documento puede representar un factor decisivo para obtener empleo dadas las condiciones de competencia. Al respecto cabe apuntar que en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón existen tres opciones de titulación; Una de ellas es la elaboración de tesis; la segunda consta de un informe de labores en la que el egresado demuestra haber tenido por lo menos cinco años de experiencia en los medios, y explica cuáles han sido las funciones y actividades específicas en su vida profesional. La tercera consiste en cursar un seminario-taller durante el cual, el egresado desarrolla un reportaje dentro de la modalidad correspondiente a la opción técnica que cursó a lo largo de sus estudios (prensa, radio o televisión). Esta última alternativa ha tenido una respuesta aceptable y fue creada con el objeto de fomentar en el estudiante tanto el trabajo teórico como el práctico. En todos los casos el egresado deberá presentar una prueba oral sobre su trabajo de investigación, es decir, el examen profesional.

Cabe destacar que, actualmente, las autoridades académicas de la carrera contemplan la creación de una cuarta opción para obtener el título, que consistiría en un plan de vinculación entre empresas y estudiantes, mismo que daría la oportunidad a los alumnos de hacer su servicio social y trabajo de tesis de manera simultánea, realizando una tarea específica ligada directamente con la carrera. Al término del proceso, el alumno entregaría un reporte escrito acerca de su actividad dentro de la empresa. En ese caso, el alumno que pueda tener acceso a esa nueva opción deberá cumplir con un perfil determinado, mismo en el que influirá de

---

<sup>8</sup> www. UNAM. Com, Fecha de consulta: febrero de 2001.

**manera determinante su promedio, así como la cantidad de trabajos entregados dentro de la especialidad para la cual se esté perfilando.**

## 1.5 Panorama laboral de los futuros periodistas y comunicólogos de la ENEP Aragón

Existen dos tipos de perfiles en el estudiante, el vocacional y el profesional. El primero de ellos indica qué carrera podemos elegir de acuerdo a nuestras habilidades y aptitudes. El segundo señala en qué área o función del campo de trabajo podremos desempeñarnos mejor, tomando en cuenta los conocimientos que adquirimos en nuestra formación profesional. Es importante que el futuro profesionista conozca, desde su propia formación académica, tanto sus habilidades personales como las características del campo laboral al que saldrá a competir, para determinar hacia qué área de trabajo se encaminará al concluir sus estudios de licenciatura. Tal información conformará el *PANORAMA LABORAL* del estudiante de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón.

"Así como el alumno de bachillerato, antes de elegir carrera, debe conocer el lugar al que irá a estudiar, también el estudiante que ya se encuentra en el nivel superior debe conocer lo más posible el terreno al que irá a trabajar ya como profesionista"

Por otra parte, el hecho de conocer el campo laboral adquiere relevancia, pues representa un complemento más en la formación del estudiante. Se puede decir entonces, que el egresado estará mejor preparado en la medida en que conozca las áreas y funciones para las que está capacitado.

Para determinar el *PANORAMA LABORAL* de los alumnos de la Carrera de Comunicación y Periodismo, se llevó a cabo en fecha reciente un sondeo entre estudiantes del octavo semestre de la carrera de Comunicación y Periodismo.

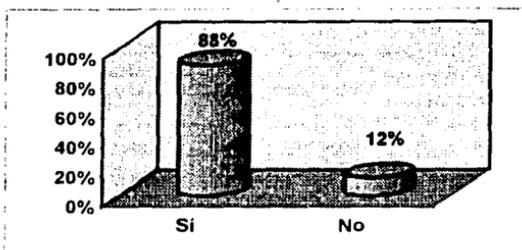
*Los cuestionarios fueron aplicados personalmente a cien alumnos, hombres y mujeres, del turno matutino, generación 2000, el pasado mes de octubre del mismo año.*

*Cabe resaltar que existe la grabación de un sondeo complementario aplicado a estudiantes de las mismas características, el cual sirve como respaldo del primero pues entre ambos materiales se observan tendencias similares.*

\* Testimonio de Susana Viguera Moreno, jefa de la Unidad de Apoyo Pedagógico de la ENEP Aragón.

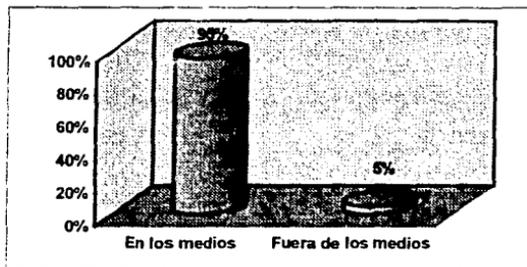
Los resultados del sondeo fueron los siguientes:

1. ¿Conoces el campo de trabajo de tu carrera?



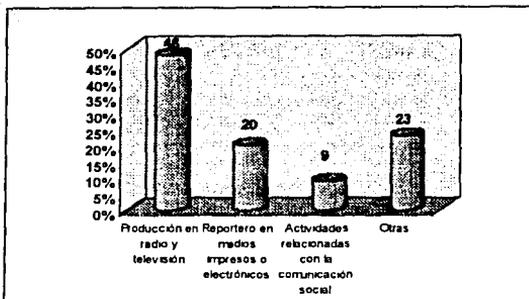
Esta tendencia indica que la mayoría de los estudiantes de Comunicación y Periodismo considera que la información acerca del campo de trabajo que ha recibido a lo largo de su formación es suficiente. El resto de los alumnos siente que conoce el campo de trabajo de manera básica, pero sabe que es muy amplio.

2. ¿Qué trabajo te gustaría desempeñar al terminar tus estudios de licenciatura?



Con las respuestas anteriores podemos deducir que los alumnos de Comunicación y Periodismo terminan la carrera con una idea clara de la función que desean desempeñar en el campo de trabajo. También queda claro que la mayoría de los

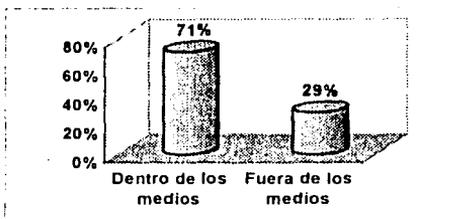
futuros egresados piensan trabajar dentro de los medios masivos de comunicación. Entre las funciones que esperan realizar los alumnos al terminar sus estudios destacan:



El hecho de que los alumnos dirijan su interés laboral hacia los medios masivos de comunicación de manera preferente puede obedecer a dos razones. La primera de ellas es el aspecto "romántico" o de "enamoramiento" que influye directamente en la elección de carrera. Es decir que antes de pensar en las posibilidades de desarrollo profesional, el aspirante se deja llevar por sus gustos personales, la atracción y el interés que producen en él la comunicación y el periodismo.

En otras palabras, el alumno, al elegir carrera le da más importancia a sus intereses vocacionales que a los económicos o laborales. En segundo lugar, es posible que los alumnos no consideren opciones de trabajo diferentes debido a que no cuentan con la información correspondiente acerca de otras funciones y actividades que pueden realizar fuera de los medios. Esto último podría confirmarse con las respuestas obtenidas en la siguiente pregunta:

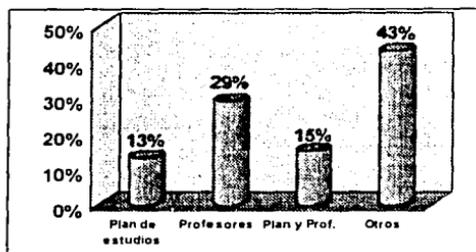
**3. Menciona otros empleos en los que te puedas colocar como egresado de la Carrera de Comunicación y Periodismo.**



La mayor parte de los alumnos cuestionados, a poco tiempo de terminar la carrera mencionaron puestos y funciones dentro de la televisión, la prensa y la radio. Entre los alumnos que piensan ejercer la carrera fuera de los medios (poco más de la cuarta parte) las relaciones públicas y la comunicación organizacional en empresas privadas representan las opciones de empleo.

El estudiante de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón recibe las herramientas necesarias para emplearse dentro de las áreas de trabajo propias de la carrera. El perfil del egresado le permite realizar satisfactoriamente cualquiera de esas funciones. Desafortunadamente, la falta de oportunidades impide que un gran número de egresados encuentre trabajo, es entonces cuando surge la necesidad de buscar otras alternativas, tal vez alejadas de sus aspiraciones profesionales originales, pero ligadas estrechamente con sus conocimientos y habilidades, posiblemente menos saturadas y con expectativas económicas y de desarrollo aceptables.

4. La siguiente pregunta fue formulada para determinar, desde el punto de vista de los estudiantes, cuál es el medio por el cual ellos han recibido información acerca del campo de trabajo. Las respuestas se distribuyeron de la siguiente manera:



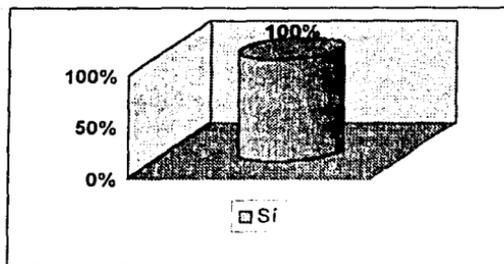
Como se puede apreciar, el porcentaje más alto de estudiantes dice conocer el campo de trabajo por fuentes distintas al plan de estudios y al personal docente del plantel. En la categoría de "otros" destacan las amistades, la investigación personal en empresas y mediante entrevistas con egresados que se encuentran ejerciendo la carrera, así como la información en los mismos medios de comunicación.

Los resultados arrojan un elemento de análisis que las autoridades académicas de la Carrera de Comunicación y Periodismo pueden tomar en consideración. Finalmente son ellas a quienes les corresponde evaluar y determinar si los mecanismos de orientación en torno al tema están funcionando de manera adecuada, o si sería necesario, en su caso, reforzar la parte que a ellas les corresponde.

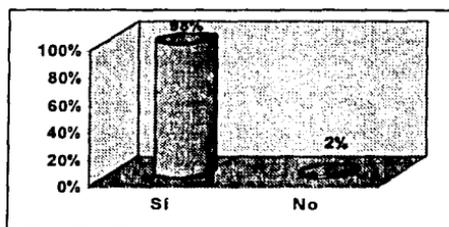
Las dos últimas preguntas se formularon con la intención de medir la opinión de los estudiantes acerca de la utilidad que tendría en su formación académica un documento de consulta que contenga información complementaria sobre el campo de trabajo, y que, además de abordar el tema de las áreas y funciones laborales,

también hable del comportamiento que actualmente observa el mercado laboral para la Carrera de Comunicación y Periodismo.

5. ¿Consideras que la información que tienes acerca del campo de trabajo puede ampliarse?



6. ¿Crees que te sería útil contar con un documento que contenga información complementaria y actualizada sobre el campo de trabajo correspondiente a tu carrera?



Dentro del *PANORAMA LABORAL* de los futuros egresados de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón las autoridades académicas juegan

un papel preponderante, por eso se recurrió a la Licenciada Martha Patricia Chávez Sosa quien, en su calidad de Jefa de Carrera, en funciones, externó su punto de vista sobre el tema en cuestión.

La Jefa de Carrera señaló que actualmente los alumnos reciben información no sólo a través del plan de estudios, sino por medio de folletos y , de manera muy importante, a través de los profesores, quienes de acuerdo a la asignatura que imparten hablan acerca de las actividades en las que el estudiante puede desempeñarse al término de sus estudios... “La información se complementa con las prácticas dentro de la carrera, las visitas guiadas y el servicio social, principalmente, así como con las materias optativas, mismas que están diseñadas en función de las necesidades y el desarrollo del campo de trabajo”, comentó.

Actualmente el plan de estudios contiene las siguientes materias optativas:

Comunicación organizacional

Comunicación educativa

Actualización periodística

Laboratorio de docencia

Laboratorio de fotografía

Relaciones humanas para el desarrollo personal.

La licenciada Chávez también comentó que a los alumnos se les habla en términos generales de las áreas en las que se pueden desenvolver como egresados. Ella considera que para el conocimiento preciso y detallado de las funciones y actividades es fundamental que el estudiante investigue personalmente... “Esa actitud respondería al objetivo de la UNAM y la ENEP Aragón de formar alumnos críticos, responsables y comprometidos con su entorno social”.

En resumen, la opinión de la Jefa de Carrera es que la información que se da a los alumnos acerca del campo de trabajo es suficiente. Opina que el plan de estudios, los profesores y la práctica misma a lo largo de cuatro años de estudios proporcionan un panorama completo en relación a las áreas de trabajo y las funciones en las que el egresado podrá desempeñarse. No obstante, esa información puede complementarse,

pues es un hecho que la preparación y características profesionales del egresado le permiten desarrollarse en otras áreas y realizar actividades distintas a las que contemplan los objetivos de la carrera.

Para obtener esa información adicional es imprescindible la iniciativa y el interés del estudiante, pero también es importante la disposición de las autoridades académicas para revisar permanentemente los medios que conectan a los alumnos con el campo de trabajo, y hacer los ajustes correspondientes en el momento que sea necesario. Al respecto, la Jefatura de Carrera estudia actualmente una manera más directa de informar cuáles son las necesidades que el campo de trabajo muestra hoy en día. La idea tentativa es crear un mecanismo de vinculación con las empresas para saber qué puestos están ofreciendo, propios para el comunicólogo aragonés.

Cabe mencionar en este capítulo que la Universidad Nacional Autónoma de México en cumplimiento de brindar a sus alumnos mayor información acerca del Campo de trabajo, realizó un valioso esfuerzo en el evento denominado "Primera feria de empleo UNAM 2001" celebrada del 26 al 28 de junio del mismo año.

La feria tuvo como objetivo principal ofrecer a los alumnos de los últimos semestres y a los egresados de la institución de nivel licenciatura y posgrado, la oportunidad de conocer el campo de trabajo y entrar en contacto con los oferentes de empleo como estrategia para facilitar su incorporación al mercado laboral, en condiciones que satisfagan las necesidades de los universitarios y de las empresas.

Los universitarios no sólo tuvieron la oportunidad de ofrecer sus servicios a las más de cien instituciones participantes, también recibieron información complementaria a través de conferencias, mesas redondas y talleres sobre temas relacionados con la organización de las empresas y del mercado y campo de trabajo, así como de mecanismos que faciliten la incorporación al mercado laboral de los egresados.

Los empleadores, por su parte, encontraron en la feria una manera eficaz de establecer contacto con los universitarios para conocer mejor su perfil profesional, y para ampliar su cartera de aspirantes.

## **II. MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS Y DEL PLAN DE ESTUDIOS**



**La docencia es la función que desempeña la mayoría de los egresados de Comunicación y Periodismo en el campo laboral.**

En el capítulo anterior se estableció una visión general del panorama laboral que tienen los estudiantes de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón a partir de los conocimientos y habilidades que reciben durante su formación académica en cumplimiento de los objetivos planteados en los programas y planes de estudio.

En el segundo capítulo se sumará al aspecto académico otra situación que influye directamente en las aspiraciones laborales del egresado. Se trata del comportamiento que tiene en la actualidad el campo laboral. Es ahí, fuera de los salones de clase, en el mundo profesional, lejos del cobijo de su universidad y alejado del ambiente despreocupado y la relación fraternal con los compañeros de generación, donde el egresado recibe un fuerte golpe al no encontrar respuesta favorable a sus sueños profesionales.

Es cierto que la ENEP Aragón no es una de las instituciones educativas de mayor prestigio en nuestro país. Al menos en lo que respecta a la Carrera de Comunicación y Periodismo todavía está lejos de serlo. Muchos de los jóvenes que ingresan a esta carrera se quedan a la mitad del camino, otros logran llegar a la meta, sin embargo, no consiguen realizarse profesionalmente en el terreno laboral, ése es un hecho imposible de negar. Pero lo que tampoco se puede ocultar es que este plantel universitario, a lo largo de sus veinticinco años de vida ha provisto a la sociedad de hombres y mujeres que han puesto en alto el nombre de la institución que los formó profesionalmente en las distintas disciplinas que en ella se imparten.

La Carrera de Comunicación y Periodismo no está al margen de la situación arriba señalada. Nadie puede negar la presencia de comunicólogos aragoneses no sólo en los medios de comunicación sino en muchas otras empresas e instituciones públicas y privadas, en las que desempeñan diversas funciones, muchas de ellas desconocidas por la mayor parte de los alumnos. Con el afán de ampliar el *PANORAMA LABORAL* de los estudiantes de comunicación de la ENEP Aragón, se describirán en los siguientes párrafos otras áreas y funciones de trabajo en las que puede incursionar al terminar la licenciatura, que no forman parte del campo de trabajo básico, pero que son propias del egresado gracias a su perfil vocacional y profesional.

## 2.1 Egresados y campo de trabajo

¿Qué tan lejos está el *PANORAMA LABORAL* de los estudiantes de comunicación de la realidad que enfrentan actualmente los egresados en el campo de trabajo?. La lectura de este capítulo dará la respuesta a esa pregunta mediante una descripción general de la situación que viven los egresados dentro del mercado laboral comparada con las expectativas profesionales que muestran los alumnos, mismas que ya vimos en el primer capítulo.

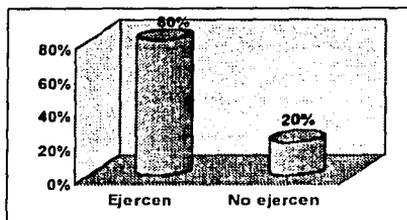
Es importante aclarar que el siguiente análisis no contempla el nivel de ocupación de los egresados, pues aunque se presume que es bajo, no existen datos estadísticos que permitan afirmarlo con precisión. De lo que se trata, básicamente como ya se mencionó, es de acercarnos a la realidad laboral actual de los egresados de Comunicación y Periodismo que están económicamente activos para proporcionar datos que amplíen la información que tienen los aspirantes y estudiantes de la carrera acerca de sus alternativas de empleo.

Para determinar la distribución de las opciones de trabajo que tienen hoy en día los egresados de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón, se llevó a cabo un sondeo entre cien egresados que actualmente ejercen la carrera. El grupo está compuesto por exalumnos de todas las generaciones a partir de la fundación de la ENEP Aragón (1976) hasta el año 2000. Los datos de los participantes fueron obtenidos de los registros hechos durante los desayunos para egresados celebrados en años recientes, así como de las solicitudes de los exalumnos que se han inscrito en el curso-taller para la obtención de título.

Los cuestionamientos planteados en este sondeo son los siguientes:

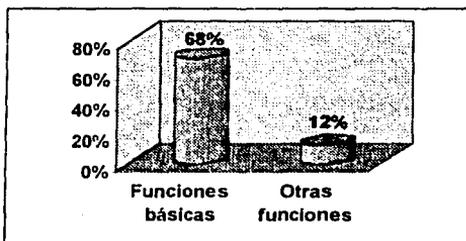
De los egresados que se encuentran trabajando actualmente ¿Qué porcentaje ejerce la carrera? ¿Cuáles son las principales áreas de trabajo en las que se desarrollan los egresados de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón? ¿Qué actividades y funciones desempeñan de manera predominante? Éstas son las respuestas:

**1. Cantidad de egresados que trabajan ejerciendo la carrera.**



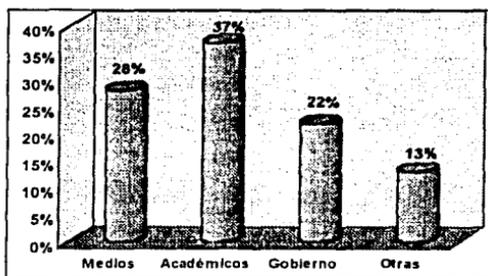
Las cifras anteriores arrojan un panorama positivo pues, aunque se desconoce la cantidad de egresados que cuentan con un empleo, así como el número de aquellos que no lo tienen, podemos observar que la mayoría de los que integran el primer grupo se encuentra ejerciendo la carrera. Además es importante señalar también que el nivel de ocupación de los profesionistas no está determinado solamente por las instituciones educativas, sino, tal vez de manera más importante, por una problemática nacional que permite que el número de egresados sea sumamente mayor al número de empleos que las empresas pueden ofrecer. En todo caso, la conclusión más importante es que la ENEP Aragón forma periodistas y comunicólogos capaces de cumplir satisfactoriamente los objetivos profesionales trazados durante su formación académica.

**2. Total de alumnos que laboran dentro de las áreas y funciones básicas de la carrera.**



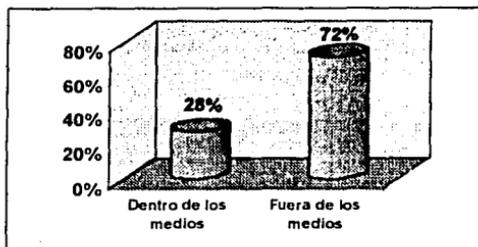
Las funciones básicas son aquellas que se encuentran señaladas en el plan de estudios y en otros documentos como la Guía de Carreras de la UNAM y el folleto informativo para el Informe de Desempeño de Funciones, una de las tres opciones para la obtención del título, editado por la ENEP Aragón. En la categoría de otras funciones están diversas actividades en las que hoy se desempeñan egresados de la ENEP Aragón, mismas que no se contemplan dentro de las áreas y funciones básicas de la carrera, por ese motivo tampoco están registradas en el plan de estudios. No obstante es conveniente que los estudiantes y egresados tengan referencia de ellas pues, en la práctica, las posibilidades de que en alguna de esas tareas esté su futuro empleo son muy concretas. Con objeto de respetar la estructura y el orden de la presente investigación, la información acerca de estas otras alternativas aparece más adelante, en el capítulo titulado *CAMPO DE TRABAJO MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS Y DEL PLAN DE ESTUDIOS*.

**3. Egresados que se encuentran ejerciendo las funciones básicas de la carrera distribuidos según su área de trabajo**



De esta gráfica se obtienen datos muy interesantes. En primer lugar, el 28% de los egresados que ejercen las funciones básicas de la carrera lo hace dentro de los medios masivos de comunicación, mientras la mayoría representada por el 72% restante lo hace fuera de los mismos. Como vimos en el capítulo anterior, la mayoría de los estudiantes inician y terminan la carrera con la intención de trabajar en los medios, sin embargo las cifras anteriores muestran que las posibilidades de que los futuros egresados logren colocarse dentro de algún medio son pocas.

#### 4. Alumnos que logran emplearse dentro de los medios masivos de comunicación.



Por otra parte, tenemos que el 37% de egresados labora en instituciones académicas desempeñando diversas funciones, la más frecuente de ellas es la docencia con un 76% del total. Esto significa que mientras las posibilidades de que el egresado se coloque dentro de los medios se reduce, la probabilidad de que ejerzan la carrera como profesores parece ser más alta. Aquí también cabe destacar que, a pesar de ser ésta última una actividad frecuente en los egresados, la mayor parte de los estudiantes no la contempla como una de sus opciones de empleo preferidas.

El fenómeno anterior se repite en el caso del sector público, que se presenta como la tercer área de trabajo para los comunicólogos de la ENEP Aragón, pues ahí labora el 22% del total de los egresados que formaron parte de este sondeo. El 13% correspondiente a "otras" incluye empresas de la iniciativa privada ajenas a los medios de comunicación masiva y a las instituciones educativas, en las que los egresados desempeñan tareas básicas de acuerdo a su perfil profesional; investigadores, analistas, relaciones públicas y publicidad son algunas de las más comunes.

El futuro egresado debe conocer el campo laboral, este ejercicio incluye tanto las áreas y funciones, como el comportamiento y situación general del mismo, de esa forma sus pasos en ese terreno serán más firmes. Los datos que se acaban de presentar son una señal de alerta para los estudiantes de comunicación, pues denotan un desajuste entre las aspiraciones profesionales de los alumnos y la situación que se vive en la realidad. Esto último significa que mientras la mayoría de los alumnos espera encontrar trabajo dentro de los medios masivos de comunicación, la menor

parte de ellos lo consigue. El tener clara tal situación no significa que el futuro comunicólogo egresado de Aragón deba abandonar sus metas profesionales, al contrario, tendrá que esforzarse al máximo, pues al ser las áreas básicas las más saturadas es claro que en ellas incursionarán sólo los mejores.

Pero el conocimiento y comprensión de la realidad laboral de los egresados no sólo representa un elemento de empuje y motivación para los aspirantes y estudiantes de la carrera, también sirve para demostrar que, actualmente, las tareas de los comunicólogos que ha formado la ENEP Aragón a lo largo de su historia, se extienden *MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS* de manera predominante, en ámbitos sumamente importantes y de un alto impacto social y comercial.

Un claro ejemplo de lo anterior es el Licenciado Román Medina, gerente de comunicación de Teléfonos de México, egresado de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Aragón quien habló en entrevista de su experiencia personal dentro del campo laboral en el que actualmente puede considerarse como un destacado profesionista.

Además de la licenciatura, Freddy Román cuenta en su historial con una maestría en telecomunicaciones. Dentro de su experiencia laboral se encuentra la docencia, misma que ejerció entre 1982 y 1991, año en que decide abandonar el trabajo académico luego de haber alternado esa actividad con su labor dentro de TELMEX, institución a la que ingresó en 1984.

El licenciado Román Medina ocupó durante varios años la gerencia de comunicación de la empresa telefónica, a nivel corporativo. Ha participado en campañas de difusión a nivel nacional, estrategias de comunicación interna, de publicidad y de relaciones públicas. Hoy en día es gerente de comunicación adscrito a la zona poniente del Distrito Federal, misma que está catalogada como una de las más exitosas en todo el país.

En su trayectoria profesional, Freddy Román le concede un valor incalculable a los conocimientos que adquirió durante sus estudios de licenciatura. Sin embargo, opina que para acortar la enorme distancia que hay entre la universidad y la realidad del campo laboral es indispensable que los estudiantes hagan un esfuerzo extra por complementar el aprendizaje recibido en la escuela con el estudio y la práctica de la actividad que les interese llevar a cabo en el mercado de trabajo... "Sería ideal que el alumno de Comunicación y Periodismo combinara sus estudios con un trabajo

relacionado con sus aspiraciones profesionales. La ventaja de hacerlo antes de terminar la licenciatura es que el estudiante tiene la disposición de trabajar para aprender a cambio de poco dinero, incluso, en muchas ocasiones acepta prestar sus servicios de manera gratuita, situación que es más difícil cuando la actividad académica ha quedado atrás y en consecuencia los compromisos económicos son mayores", comentó el ejecutivo.

Para el gerente de TELMEX existe otro aspecto fundamental que puede marcar la diferencia entre un profesionista que consigue colocarse en el campo laboral y otro que ve esa posibilidad frustrada es la elaboración de la tesis, actividad a la que pocos egresados le dan la debida importancia..."La tesis es una herramienta valiosa en el mercado de trabajo, no sólo por ser un requisito que exigen la mayoría de las empresas a sus profesionistas, sino porque realizarla le brinda al egresado una especie de ánimo, de seguridad para salir a buscar empleo", dijo.

El Licenciado Román Medina también aseguró que "los egresados no se titulan por falta de decisión, por miedo a no poder con el compromiso. Pero lejos de adoptar esa actitud deberían ver en el trabajo de tesis la posibilidad de redondear y pulir sus conocimientos para darse cuenta de sus propias limitantes, que seguramente serán muchas, y trabajar en ellas con el fin de superarlas y así salir al campo laboral mejor preparados".

## 2.2 Perfil vocacional del estudiante de Comunicación y Periodismo

El perfil vocacional del estudiante está conformado por sus habilidades y capacidades naturales, así como por sus gustos e intereses académicos y laborales adquiridos durante la experiencia que brinda la vida cotidiana. El individuo nace con ciertas características físicas y de personalidad que lo pueden hacer apto para desempeñar una actividad determinada, sin embargo es a lo largo de la vida y de acuerdo al contexto en el que crece donde se desarrolla su inclinación hacia la carrera o trabajo que más se apegue a su gusto y aptitudes personales.<sup>10</sup> Del acierto con que tal elección se haga, depende en alto grado no sólo la satisfacción o la frustración del individuo, su éxito o fracaso como factor productivo de la comunidad en la que vive y actúa, sino también el mayor o menor progreso espiritual y material de ella.<sup>10</sup> En este proceso interviene de manera importante la educación dentro del seno familiar, al igual que la formación académica en la que el papel de los profesores es determinante.

Aunque la mayoría de los estudios psicológicos y pedagógicos no tratan el perfil del estudiante de comunicación de manera particular, los resultados de distintos análisis permiten establecer, en términos generales, los rasgos de personalidad y conducta vocacional que poseen los jóvenes que eligen esa carrera profesional:

“Se trata de una persona sociable, responsable, sensible, humanista, con espíritu de servicio, le gusta llamar la atención, posee capacidad verbal e interpersonal; evita la actividad física y las demasiado ordenadas. Aprecia las actividades y problemas sociales. Evita papeles viriles que exijan capacidad motora, uso de herramientas y máquinas o que impliquen peligro físico, es decir, actividades tales como trabajar en un taller, equitación, carreras, o reparar y fabricar autos”.<sup>11</sup>

Los aspirantes y estudiantes de comunicación también se caracterizan por ser alegres, dominantes, audaces, con perspicacia psicológica, intelectualmente eficientes, conformes consigo mismos, impulsivos, con capacidad de liderazgo, populares, originales, con iniciativa, capacidad de estudio y análisis, dinámicos, expresivos, perseverantes, con mentalidad y actitud prácticas, tienen capacidad de organización y colaboración; se adaptan fácilmente a diferentes ambientes, pero su aptitud verbal contrasta con su escasa capacidad matemática. Su necesidad de

<sup>10</sup> Fundación Universidad del Norte, Programa de Psicología, Folleto de instrucciones para la elaboración del perfil de preferencias vocacionales, p 4.

<sup>11</sup> Holland, John, Técnica de la orientación vocacional, tipos de personalidad y modelos ambientales, p 37.

relaciones personales cordiales es consciente, pero generalmente son inconscientes sus necesidades de dependencia, admiración, poder y prestigio.

Asimismo, los jóvenes que eligen la comunicación como carrera universitaria están dentro de la categoría de aquellos a quienes les agrada el trato con la gente, también les gusta imponer sus puntos de vista, convencer a los demás respecto a un proyecto, son hábiles para vender un producto, idea, etc. También tienen un gusto especial por la lectura, encuentran placer en expresar sus ideas de manera oral o escrita.

Cabe señalar que las características anteriores no son exclusivas del estudiante de comunicación. Es decir, que puede haber quienes, cubriendo el mismo perfil vocacional total o parcialmente, puedan ser capaces de desarrollar adecuadamente otro tipo de actividades. De igual manera, el estudiante de comunicación, gracias a su perfil pudo haber preferido otra carrera afín, sin embargo, esa experiencia e información previa a la elección de carrera de la que se habló al principio, es la que determinó la elección de la profesión que se acercó más a sus intereses personales.

En muchos casos los empleadores le dan una importancia determinante al perfil vocacional cuando van a contratar personal. Claro que también les interesa la formación académica, pero al mismo tiempo la consideran básica, sobre todo en el caso de los recién egresados, y están conscientes de que deberán continuar con la formación y capacitación en el empleado para lograr tener al profesional que necesitan de acuerdo a los intereses de la empresa.

En el caso particular de los aspirantes y estudiantes de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón, además de las habilidades y capacidades señaladas anteriormente, existen las que establece la Universidad Nacional Autónoma de México de acuerdo a sus criterios y objetivos de formación. De tal manera, las características vocacionales deseables en el estudiante son las siguientes:

Facilidad para el manejo, la comparación y el análisis de los sucesos de interés.

Buena memoria.

Conocimiento óptimo de la gramática.

Gusto por la lectura.

**Habilidad para la redacción.**

**Capacidad en el uso del lenguaje oral y escrito.**

**Interés por la información y la cultura de los medios impresos y audiovisuales, convencionales y de vanguardia.**

**Habilidad para trabajar en equipo.**

**Creatividad e inventiva.**

**Sensibilidad ante la problemática política, social, artística y la cultura.**

**Capacidad de organización en el trabajo.**

**Capacidad para actuar en condiciones apremiantes de tiempo.**

**Facilidad de trato personal.**

**Iniciativa.**

**Amplia cultura general.**

## 2.3 Perfil profesional del egresado

En los párrafos anteriores se abordó el tema del perfil vocacional de los aspirantes y estudiantes de la Carrera de Comunicación y Periodismo. También se mencionó que las habilidades, gustos e intereses de los jóvenes que estudian esa licenciatura se complementan con la formación académica que reciben a lo largo ocho semestres, tiempo en el que, los estudiantes adquieren su perfil profesional.

El perfil profesional está compuesto por el conjunto de conocimientos y capacidades que adquieren los estudiantes mediante el plan de estudios, mismas que son determinadas por la ideología de la institución que lo imparte, así como por las necesidades de la sociedad y las condiciones del campo de trabajo.

El perfil profesional está ligado estrechamente con el campo de trabajo, pues durante su formación, el alumno identifica para qué área laboral es más apto o cuál de ellas cubre en mayor parte sus aspiraciones profesionales. Lógicamente, entre mayor sea la información que el estudiante tenga acerca del campo laboral, esta última decisión será más acertada.

El plan de estudios de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón establece que el egresado cuenta con un perfil profesional que le permite: conocer las principales teorías, técnicas y metodologías de la comunicación para aplicarlas, evaluarlas y criticarlas de manera fundamentada y con responsabilidad social; elaborar, producir y emitir mensajes utilizando de manera adecuada el lenguaje y la tecnología que el medio exija; llevar acabo el análisis científico de los fenómenos relacionados con la comunicación para proponer posibles soluciones que contribuyan a mejorarla a nivel individual o comunitario. Asimismo, los comunicólogos de Aragón conocen y saben utilizar los métodos y las técnicas del periodismo para contribuir a la oportuna y veraz información de la sociedad.

“ El profesional en Comunicación y Periodismo estará preparado para enfrentar el reto de discernir la complejidad de acciones que entraña el quehacer económico, social y político de la realidad nacional sin desvincular el ejercicio periodístico de la actividad integral de la comunicación”.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> UNAM ENEP Aragón, Op. cit. p 41.

Otras habilidades y aptitudes que adquiere el estudiante de Comunicación y Periodismo durante su formación profesional, según el plan de estudios vigente, son:

Conocer las estructuras administrativas y organizacionales de los medios de difusión y empresas relacionadas, así como las leyes y reglamentos que las rigen, con el fin de lograr su desenvolvimiento óptimo en los sectores públicos y privados de la comunicación.

Comprender dos idiomas extranjeros, uno obligatorio (inglés) y otro optativo, que le permitan expresarse de manera básica.

Asumir una actitud autodidacta en la búsqueda de información y conocimientos para la realización de trabajos y para su propio desarrollo intelectual.

Transmitir con técnicas pedagógicas, conocimientos a través de la impartición de cátedras relacionadas con su profesión.

Fomentar el hábito de la lectura cotidiana de diarios, revistas y libros, así como el contacto permanente con todos los medios de difusión, para actualizar constantemente sus conocimientos y mantenerse al tanto de la evolución de su disciplina, de la cultura general.

Desarrollar la capacidad para actuar bajo presión del tiempo y adaptarse a circunstancias adversas, ya que la comunicación exige un trabajo rápido y organizado para recopilar datos y difundirlos con eficiencia y oportunidad.

Organizar cursos, cursillos y conferencias para la mejor difusión académica, así como pláticas vocacionales y de difusión extraescolar.

Proponer reformas y modificaciones adecuadas al plan y a los programas de estudio para beneficiar el desarrollo de su especialidad.

“El egresado de esta licenciatura se caracteriza tanto por su capacidad para la elaboración y difusión de informaciones en la aplicación de las técnicas periodísticas y audiovisuales, como por estudiar todo tipo de mensajes y sus efectos en el contexto social en que se inserta. Asimismo, desarrolla y aplica técnicas, métodos, metodologías y teorías sobre su especialidad como entrevista, redacción, guionismo, reportaje, técnicas audiovisuales y de radio, fotografía, grabación y edición, proyección, investigación documental, etcétera. Esta profesión también

implica el establecimiento de relaciones multidisciplinarias que permiten al egresado estar en contacto con diversos profesionistas".<sup>13</sup>

El egresado de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón gracias a su perfil vocacional y profesional puede desempeñar funciones diferentes a las que contempló antes y durante sus estudios de licenciatura. Situación que se vuelve valiosa si recordamos que el campo de trabajo para esta disciplina es uno de los más saturados, de tal manera que, como ya vimos antes, muchos egresados se encuentran ubicados en empleos alternativos que, si bien no están contemplados dentro del campo de acción específico para la carrera, si son actividades estrechamente vinculadas con su perfil vocacional y profesional. Ésa es una ventaja que brinda la Carrera de Comunicación y Periodismo a través de sus planes y programas de estudio que representan un abanico profesional que diversifica y amplía las opciones de trabajo para el egresado.

"Actualmente no se puede pensar en un profesionista que solamente se pueda desempeñar dentro de las áreas específicas que marcan su carrera. Ahora el campo de las profesiones exige que el egresado sepa de muchas cosas y tenga la capacidad de ejecutar distintas actividades".<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> www. unam. Com, Febrero de 2001.

<sup>14</sup> Susana Vigueras, jefa de la Unidad de Apoyo Pedagógico de la ENEP Aragón (entrevista).

## 2.4 Campo de trabajo más allá de los medios y del plan de estudios

En capítulos anteriores se mencionaron las áreas y funciones de trabajo básicas, en las que el egresado de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón puede desarrollarse al terminar sus estudios de nivel licenciatura. También se analizó el comportamiento actual del campo de trabajo a partir del estudio de la situación laboral de los exalumnos. Asimismo, se habló del perfil vocacional y profesional del estudiante de comunicación para determinar cuáles son las aptitudes y habilidades que desarrolla al incorporarse a la vida productiva.

Como resultado del análisis de los puntos anteriores se puede establecer que existen opciones de trabajo complementarias en las que actualmente comunicólogos formados en la ENEP Aragón prestan sus servicios. Se trata de un sector del mercado laboral que no está contemplado en el plan de estudios pues no se relaciona directamente con las áreas y funciones básicas para las que fue creada la carrera, pero que en la práctica ofrece distintas alternativas de empleo.

Cabe señalar que las funciones que se describen a continuación requieren sobre todo de las habilidades vocacionales del comunicólogo (cap. 2.2). Hay otras actividades que no se consideran parte del campo de trabajo, en consecuencia no aparecen en este capítulo, pues en ellas el egresado no pone en práctica ni sus conocimientos, ni habilidades vocacionales.

De tal manera, el egresado de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón, gracias a su perfil vocacional es el profesional idóneo para desempeñarse, además de las áreas básicas del campo laboral, en las siguientes actividades:

**Administración pública:** Como conector y crítico de la realidad nacional, y gracias a su ideología inclinada hacia el bienestar social, el egresado de Comunicación y Periodismo es un profesional capaz de hacer grandes aportaciones trabajando en el gobierno, tanto a nivel local como federal. Existe una presencia importante de comunicólogos aragoneses participando en la creación de planes y estrategias que permiten a las secretarías de estado, y otras instituciones del sector público cumplir con sus principales tareas. También, se conocen casos de exalumnos que trabajan como asesores de servidores públicos de alto rango como son diputados y senadores, secretarios y subsecretarios de estado. Otras habilidades que el egresado explota en este sector son: facilidad para el manejo, la comparación

y el análisis de los sucesos de interés, amplia cultura general, sensibilidad ante la problemática política, social, artística y cultural, capacidad de organización en el trabajo, iniciativa y habilidad para trabajar en equipo.

**Atención a clientes:** Es un hecho que en este caso el egresado más que desarrollar sus conocimientos periodísticos o comunicacionales, explota sus habilidades personales (perfil vocacional), mismas que ejercita durante distintas actividades escolares. Pero lo que también es muy cierto es que muchos egresados de comunicación, no sólo de la ENEP Aragón, sino de otras universidades están ejerciendo este empleo, sobre todo dentro de la atención telefónica. Otra realidad es que en esta área la rotación de personal es muy grande, esto puede obedecer a que se toma como opción de trabajo temporal. Es común encontrar profesionales recién egresados en ese sector del mercado laboral. Pero las empresas que solicitan personal para este departamento no sólo consideran el puesto de ejecutivo de atención a clientes vía telefónica o personal, también toman en cuenta al comunicólogo como candidato para ocupar el puesto de jefe de departamento, coordinador o supervisor. Las habilidades que se requieren son el dominio del lenguaje oral, facilidad para el trato personal, iniciativa, espíritu de servicio y capacidad persuasiva, entre otras.

**Capacitación:** Las aptitudes y habilidades que se requieren para esta actividad son fáciles de encontrar en el egresado de comunicación. Algunas de las funciones específicas son la impartición de cursos de capacitación, elaboración de guías y manuales, así como el diseño y la logística de los cursos. Desempeñar esas tareas requiere habilidad para la instrucción, excelente trato con la gente, espíritu de servicio, dominio del lenguaje oral y escrito, entre otras. Las grandes empresas cuentan con un departamento de capacitación. Es un sector tan importante que existen instituciones dedicadas a vender este servicio a otras que no tienen la capacidad de manejarlo desde dentro. Un dato interesante es que también se conocen casos de egresados que trabajan de manera independiente e individual diseñando y ejecutando programas de capacitación relacionados tanto con la comunicación como con disciplinas de distinta índole.

**Comunicación organizacional:** Las grandes empresas cuentan con un elevado número de empleados entre quienes se difunde, además de la ideología de la empresa, las políticas y los procedimientos de trabajo. Desde el área de comunicación el egresado participa proponiendo mecanismos para transmitir de manera eficiente tal información con el fin de fomentar la productividad y mejorar el ambiente laboral. Este nicho del campo laboral se considera restringido, sin embargo, puede crecer en la medida en que la actividad económica del país lo haga,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

pues en este contexto, sólo las empresas más competitivas podrán mantenerse en pie, y, para lograrlo será indispensable que cuenten con una eficiente estrategia de comunicación interna.

**Comunicación política:** Se relaciona con la propaganda y tiene que ver directamente con la creación de imagen en personajes públicos. Esta área de la comunicación adquiere mayor difusión en México en los años recientes, sobre todo, en las campañas políticas más importantes. En nuestro país han surgido empresas especializadas en la comunicación política, a partir del éxito y la relevancia que ha tomado esta disciplina en otros países del mundo.

**Internet:** Se trata de una herramienta informativa que está creciendo a pasos agigantados. Cada vez más personas tienen acceso a este servicio que hace fluir información de todo tipo a través del mundo entero, con una rapidez impresionante. Al igual que otros medios como la radio y la televisión, las empresas dedicadas al diseño de páginas WEB requieren personal calificado en el área de ingeniería que se encarga del soporte técnico, así como profesionistas como el comunicólogo quien aporta ideas en el aspecto creativo. En esta actividad se requieren, además del manejo de internet, otros conocimientos y habilidades como el dominio del idioma inglés, así como amplios conocimientos en comunicación gráfica.

**Marketing:** Como ya se dijo, dentro de las cualidades de los estudiantes y egresados de Comunicación está la habilidad para vender ya sea una idea o un producto, eso queda demostrado en actividades como la publicidad y la propaganda. Quizá ésa sea la razón por la que hoy en día la venta de artículos y servicios represente una alternativa laboral para estos profesionistas. Es un hecho que de ese sector emana parte de las ofertas de empleo fuera de los medios de comunicación, en este sentido las ventas por teléfono es la vacante más común. Pero la tarea del comunicólogo dentro de esa área va más allá. **MARKETING** es una especialidad dominada por los mercadólogos, sin embargo, el egresado de comunicación, puede participar como personal creativo, proponiendo ideas para realizar nuevas estrategias de venta y posicionamiento.

**Ejecutivo de cuenta:** Al igual que el trabajo de Marketing, el ejecutivo de cuenta puede ubicarse dentro del área comercial. La actividad principal en este caso es ser el enlace entre la empresa y un cliente o proveedor específicamente. El objetivo es brindar a estos últimos el mejor trato posible. Las empresas de publicidad, de relaciones públicas y aquellas dedicadas a la venta de servicios son las que, principalmente, contratan a egresados de comunicación para desempeñar ese puesto.

**Recursos humanos:** Las empresas que no cuentan con un departamento de comunicación requieren en esta área los servicios de, por lo menos, un comunicólogo quien, entre otras tareas, se encargue de elaborar boletines internos para transmitir a los empleados información general sobre la institución, enlazando a las distintas áreas y departamentos. Las principales habilidades que desarrolla el egresado en esta área son: dominio del lenguaje oral y escrito, iniciativa, conocimiento del proceso editorial, manejo de técnicas como el audiovisual y la comunicación gráfica.

La apertura de nuevas opciones de trabajo para el comunicólogo se debe, en primer lugar a la versatilidad de la carrera, y por otro lado a las condiciones actuales del mercado laboral en el que las empresas no explotan únicamente los conocimientos que adquirió el egresado a lo largo de su formación académica, sino también otras capacidades que le permitirán al profesionalista destacar en un mercado laboral dinámico expuesto al cambio constante.

### **III. EXIGENCIAS DEL CAMPO DE TRABAJO**



**La elaboración del curriculum vitae y la entrevista de trabajo son dos pasos fundamentales en las aspiraciones profesionales del egresado**

Es verdad que cada institución universitaria le brinda a sus egresados un particular perfil profesional. El caso de la ENEP Aragón no se aparta de esta situación. Entre sus sistemas de enseñanza, objetivos académicos, planes y programas de estudio y los de otras universidades públicas y privadas podrían detectarse muchas diferencias, pero también pueden encontrarse similitudes, una de ellas, quizá la más clara, es que tanto la ENEP como el resto de las escuelas de nivel superior fueron creadas para formar profesionistas que cubran las necesidades del campo laboral. El egresado de Aragón, entonces, debe conocer las condiciones generales del mercado de trabajo, pues independientemente de su propio perfil profesional, tendrá que competir con hombres y mujeres de otras universidades en un mismo mercado de trabajo.

Además de los conocimientos teóricos y prácticos que se adquieren durante los estudios universitarios, el campo de trabajo exige de todos los egresados por igual otras cualidades ligadas estrechamente a su actitud hacia la vida, misma que se verá reflejada en la mentalidad que muestren en la competencia laboral.

En este capítulo se citan algunos de los rasgos de personalidad y actitud que reclama el mundo de las profesiones actualmente. En primer lugar tendremos la opinión del Lic. Miguel Lugo, especialista en el reclutamiento y selección de personal, quien habla en nombre de aquellos que se encargan de evaluar y detectar en los jóvenes que aspiran a un puesto de trabajo, esas cualidades complementarias a la instrucción académica, que esperan encontrar las empresas en sus futuros empleados. Profesionales como Miguel Lugo intervienen directamente en la formación de los perfiles que deben tener los universitarios para poder competir en un campo de trabajo tan complejo como el de nuestro país, sobre todo en las carreras de mayor demanda, como es el caso de la comunicación y el periodismo.

Posteriormente, se aborda el tema de la actitud profesional en el caso concreto de los egresados de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón. En este sentido, se incluye el testimonio del Lic. Jorge Martínez Fraga, académico de la ENEP Aragón, quien en este caso, representa al personal docente de ese campus universitario. El profesor Fraga comenta, a partir de su experiencia con alumnos de los semestres séptimo y octavo principalmente, los rasgos generales de actitud y mentalidad característicos de los egresados aragoneses. Sin dejar de reconocer las enormes carencias de formación con que egresan los jóvenes de Comunicación y Periodismo, el catedrático reconoce también las ventajas que desde el punto de vista de la actitud tienen los aragoneses, mismas que les permiten competir dignamente en el campo de trabajo.

Tanto quienes evalúan las habilidades de los profesionistas en el campo laboral como quienes participan de manera esencial en la preparación académica de los estudiantes son actores determinantes en la formación del *PANORAMA LABORAL* de los futuros egresados, es por eso que no podía faltar su intervención en este reportaje.

### 3.1 La actitud

La formación profesional del individuo no termina con los estudios de nivel superior. En esta etapa el estudiante recibe las bases teóricas y prácticas que le abrirán la posibilidad de integrarse después a la actividad económica. Sin embargo el proceso de profesionalización continúa fuera de la universidad, en un terreno quizá mucho más complejo llamado campo laboral.

La falta de empleo en nuestro país es un problema social que afecta directamente al mundo de las profesiones. Evidentemente la comunicación y el periodismo no escapan a esa situación, al contrario, por tratarse de dos de las carreras de mayor demanda en México, las oportunidades laborales que ofrece son limitadas.

Por otra parte, la excesiva demanda de trabajo y el alto nivel de competencia entre las empresas provocan que los empleadores tanto de la iniciativa privada como del gobierno diseñen los perfiles de sus puestos cada vez con mayores niveles de exigencia. En consecuencia sólo los mejores profesionistas tendrán acceso a empleos que brinden verdaderas oportunidades de desarrollo.

Entre los conocimientos básicos que exige el campo laboral actualmente están:

Dominio del idioma inglés.

Manejo de equipo de cómputo PC, paquetería Windows, Word, Excell y Power Point.

En el caso concreto de la carrera de Comunicación y Periodismo también es fundamental conocer programas de diseño gráfico como Photo Shop y Corell Draw.

Manejo de Internet.

Si el egresado no cuenta con los requisitos anteriores tendrá problemas, incluso, para conseguir una entrevista de trabajo.

Para saber más sobre la mentalidad con que los egresados de la ENEP Aragón deben incursionar en el campo de trabajo, se solicitó la opinión del licenciado Miguel Lugo, experto en bolsa de trabajo y miembro de la Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos, A.C. quien asegura que ante las condiciones actuales de competencia laboral los nuevos profesionistas tienen que asumir una

*actitud positiva y emprendedora*, pues el mercado de trabajo exige profesionistas versátiles y dinámicos capaces de desempeñar distintas actividades en una misma área... "Las empresas explotan, además de los conocimientos académicos, las habilidades y actitudes que sus empleados desarrollaron durante su formación universitaria. Esto permite que carreras como comunicación y periodismo extiendan su campo de acción **MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS** y las otras áreas básicas para las que está diseñada".

La *actitud positiva* implica también estar convencido de que el éxito dependerá de lo que el egresado sea capaz de ofrecer a la sociedad a través de un empleo. El profesionista de hoy es evaluado por sus resultados en la función que desempeñe. Esa capacidad de propuesta y rendimiento dependerá de sus conocimientos, por eso es indispensable mantenerse en constante actualización. En este sentido "el egresado debe tener presente que para destacar en el campo de trabajo ya no basta el título de licenciatura. Si el objetivo es cotizarse como un profesionista competente hay que pensar seriamente en los estudios de posgrado", comentó el especialista.

Por otra parte Jorge Martínez Fraga, profesor de la Carrera de Comunicación y Periodismo dio su punto de vista acerca de la actitud que muestran los egresados de esa licenciatura ante su futura integración al campo laboral. En entrevista comentó que aun cuando las universidades tienen la tarea fundamental de formar profesionistas competentes, lo cierto es que en la mayoría de los casos los planes de estudio tienen un marcado énfasis en lo teórico y no en la enseñanza de técnicas y habilidades prácticas para que los egresados las apliquen en el campo laboral.

Para Martínez Fraga tal situación es la misma que vive la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón, misma que tienen la obligación de desarrollar la capacidad crítica, de abstracción y de investigación en los alumnos más que los aspectos instrumentales de un oficio.

"Existen dos fases en la capacitación del egresado, primero la académica y después la laboral. No creo que se deba establecer un choque entre ambas. Son dos etapas de un proceso que conforma la actitud profesional del egresado", comentó el catedrático, quien resume esta parte de su intervención al asegurar que el egresado requiere forzosamente la experiencia laboral para lograr forjar una capacidad de propuesta laboral pues, señaló, "no es lo mismo el aula con sus teorías y el campo de trabajo con sus conferencias de prensa, por ejemplo".

Martínez Fraga imparte desde hace más de veinte años la materia de seminario de tesis, actualmente es además, miembro del Comité Académico de la Carrera de Comunicación y Periodismo cuya principal función es hacer un seguimiento y vigilancia constantes en la actualización del plan de estudios. Por su experiencia el académico puede afirmar que, aunque siempre exista una distancia importante entre la formación universitaria y el campo laboral, la ENEP Aragón se preocupa por actualizar permanentemente los planes de estudio para que esa distancia entre egresados y mercado de trabajo se acorte.

Martínez Fraga propone buscar un vínculo entre las empresas y la administración universitaria para que los alumnos reciban instrucción profesional a través de prácticas profesionales reales, y también para combatir esa reticencia que tienen muchas empresas para contratar egresados de la UNAM.

Por último, Jorge Martínez Fraga habló de las carencias de origen y formación con que los alumnos terminan sus estudios de licenciatura. Sin embargo, también reconoce que el comunicólogo de Aragón tiene cualidades que le permiten abrirse paso en el campo laboral, prueba de ello son los egresados que actualmente se encuentran desempeñando puestos claves en los medios de comunicación, así como en otras empresas públicas y privadas... "Los alumnos de comunicación de la ENEP Aragón tienen un gran compromiso consigo mismos para superarse, son responsables, creativos y entregados. Pero hay otra constante que yo he visto en muchos de los estudiantes, y que tal vez sea la más importante. Me refiero a la ética que tienen para ejercer la comunicación y el periodismo. Si los empresarios buscan profesionistas honorables con toda seguridad los podrán encontrar entre los egresados de nuestra querida universidad" concluyó.

### 3.2 Los primeros pasos

El egresado de Comunicación y Periodismo debe planear la manera en que saldrá a competir al campo laboral, y si lo hace antes de terminar sus estudios los resultados serán mejores. Para esto es indispensable que analice la situación económica, política y social tanto nacional como internacional, tener un panorama lo más completo posible del comportamiento que tiene el mercado de trabajo correspondiente a su especialidad, para definir en qué área, y en qué empresas es más viable ofrecer sus servicios, tomando en cuenta también su perfil profesional y vocacional.

Sobre las estrategias más eficaces para buscar empleo también dio su opinión Miguel Lugo quien aseguró que los mejores canales para encontrar trabajo son los siguientes:

**Bolsas de trabajo electrónicas:** El Internet se ha convertido en un medio de reclutamiento muy rentable para las empresas ya que además de rápido y económico funciona como un filtro, pues se considera que la mayoría de la población desempleada actualmente no cuenta con este servicio, esto hace más ágil el proceso. Además se considera también un recurso académicamente selectivo, ideal para que los universitarios busquen trabajo.

**Páginas web de las empresas:** Actualmente la mayoría de las empresas cuentan con su propia página de Internet. En ella publican información general acerca de la organización, y es muy frecuente que también manejen su propia bolsa de trabajo.

**Asociaciones, cámaras y sindicatos:** Estas organizaciones generan información de primera mano acerca de las empresas que las integran, por lo tanto representan un medio confiable para mantenerse al tanto de las ofertas de empleo que surgen en ellas.

En contraparte, Miguel Lugo opina que el periódico no es un medio que contenga opciones atractivas para los universitarios, pues además de ofrecer puestos de nivel muy bajo, también maneja empleos de poca seriedad en los que muchos solicitantes han vivido experiencias desagradables.

Una vez que el egresado cuenta con los antecedentes que acaban de señalarse, estará listo para dar los dos siguientes pasos en el terreno del campo laboral: la elaboración de su curriculum vitae y, posteriormente, la primera entrevista de trabajo.

Para saber cuál es la manera correcta de elaborar el curriculum, así como la forma idónea de planear una entrevista de empleo, sobre todo en el caso de la primera experiencia en este terreno, se solicitó la asesoría de empresas que ofrecen servicios de bolsa de trabajo entre las que destaca American Chamber México, institución que además de brindar información sobre vacantes en empresas de diferentes ramos y en distintos niveles, también imparte cursos en los que los solicitantes aprenden a elaborar el curriculum, así como a desenvolverse en la entrevista de empleo.

Las definiciones y la información complementaria acerca del curriculum y de la entrevista de trabajo que aparece a continuación se obtuvieron del material impreso que American Chamber maneja como apoyo dentro de sus cursos de capacitación.

*El curriculum vitae.* Es la carta de presentación del aspirante. En él se plasma por escrito lo que posteriormente se tendrá que respaldar dentro de la entrevista de trabajo. En este documento se incluye toda la información, principalmente académica y laboral que le puede interesar a la empresa contratante. Generalmente se trata del primer contacto entre la empresa y el solicitante.

El contenido del curriculum vitae deberá ser el siguiente:

**Datos personales:** Nombre, dirección, lugar de nacimiento, Sexo, teléfono, correo electrónico, edad, estado civil y Registro Federal de Contribuyentes o Clave Única de Registro de Población.

**Objetivo profesional:** Ésta es una de las partes más relevantes del Curriculum ya que refleja en gran medida los objetivos del solicitante, el tipo de empleo que busca (áreas de interés), así como lo que espera dar y recibir en la empresa. Con estos datos el empleador podrá determinar si el aspirante tiene posibilidades de seguir adelante en el proceso de selección.

**Escolaridad:** De preferencia este punto debe incluir solamente el último grado de estudios con el nombre de la carrera, el de la escuela en la que se cursó, el período (año en el que se inició y año en el que se concluyó), así como el documento de acreditación correspondiente, ya sea título o certificado. Si se obtuvo el título mediante el trabajo de tesis citar el tema desarrollado. Aquí también conviene incluir el nivel de idiomas extranjeros, al igual que los cursos adicionales que estén relacionados con el puesto, incluyendo el nombre de los mismos, el de la institución que lo impartió y el tiempo de duración. Mencionar los reconocimientos obtenidos por el desempeño académico también resulta de mucha ayuda.

**Experiencia laboral:** Cuando se trata de los primeros intentos por obtener un empleo, basta tomar en cuenta las actividades escolares y extraescolares, de preferencia las relacionadas con el empleo que se está solicitando, así como las desarrolladas durante el servicio social y las prácticas profesionales, es necesario tomar en cuenta el nombre de la institución y el período en que se llevaron a cabo esas tareas.

**Habilidades y características personales:** Tratándose del primer empleo, se mencionan aquellas que influyeron para cumplir satisfactoriamente con los objetivos escolares durante las diferentes etapas; responsabilidad, puntualidad, disciplina, iniciativa, capacidad de liderazgo, manejo de equipo de cómputo y de cualquier otro tipo relacionado con la carrera, por citar algunas.

**Referencias personales:** Los nombres y teléfonos de dos personas fuera de la familia que puedan recomendar ampliamente al solicitante.

El contenido del curriculum vitae tiene que ser breve y conciso. No debe incluir información obsoleta ni copias de los documentos personales y escolares. El aspirante puede llevar estos papeles por separado para tenerlos listos en el momento en que le sean requeridos. Muchos solicitantes siguen pensando que un curriculum extenso puede impresionar al empleador, pero en realidad hacer esto lejos de ayudarle, delatará su falta de preparación previa a la entrevista de trabajo.

El curriculum tendrá la cualidad de despertar interés, pero sin crear falsas expectativas, por eso la información que contenga será real, directamente enfocada al puesto solicitado, y con los elementos necesarios para dar una idea clara de la capacidad y personalidad del interesado. En este sentido, los especialistas también

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

recomiendan anexar al documento una fotografía tamaño infantil, así como la fecha de su elaboración.

La preparación del curriculum requiere tiempo. Hay que cuidar hasta el más mínimo detalle, desde la ortografía y redacción hasta la limpieza y formato. En cuanto a este último punto las normas son más flexibles pues no existe un modelo único para su elaboración, de tal manera que su diseño es una buena oportunidad para demostrar la creatividad del interesado.

**La entrevista de trabajo:** Es un intercambio de información entre el empleador y el aspirante a un puesto determinado. En ella cada una de las partes persigue un objetivo en particular. El empleador seleccionará a la persona que reúna las características idóneas para ocupar el puesto que está vacante dentro de la empresa o institución que representa. El aspirante, por su parte, tratará de demostrar que es la persona indicada para ocupar dicho puesto. Existen otros métodos para evaluar las cualidades profesionales y personales de los aspirantes, tal es el caso de las pruebas psicométricas, sin embargo, la entrevista es de donde los reclutadores obtienen la información más valiosa y, por lo tanto, determinante.

Estos son algunos de los puntos más importantes que se evalúan durante la entrevista de empleo:

La presentación

Experiencia escolar y laboral

Metas y objetivos personales y profesionales

Logros personales y profesionales

Rasgos generales de personalidad

Actitud hacia la vida y el trabajo

Interés hacia la empresa

Los resultados de la entrevista al igual que los correspondientes a los exámenes psicológicos están enfocados a detectar si el solicitante cuenta, entre otras, con las siguientes cualidades:

Capacidad de comunicación

Iniciativa para la toma de decisiones

Capacidad para trabajar en equipo

Capacidad para trabajar bajo presión

Capacidad para adaptarse a los cambios constantes

Responsabilidad

Creatividad

Honestidad

Flexibilidad

Dinamismo

Estabilidad

Disciplina

Espíritu de servicio

Durante la entrevista de empleo se calcula que el entrevistado tenga una participación aproximada del 80% mientras que el entrevistador se concretará a plantear los cuestionamientos que le interesan para llevar a cabo la evaluación correspondiente. Pero existen otros signos que ofrecen al entrevistador información muy útil. Estos signos se expresan a través de gestos, la mirada, la forma de vestir, el cuidado personal, la capacidad de concentración, la seguridad o inseguridad al hablar, el tono de voz, la posición al sentarse y la posición de las manos, por citar algunos.

En relación a esos signos no verbales que comunican tanto durante la entrevista de empleo, la Lic. Esbeide Pineda, asesora de Grupo Consulting, empresa dedicada al reclutamiento y selección de personal, hace una serie de recomendaciones a los egresados de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón que se encuentran apunto de asistir a sus primeras citas de trabajo:

En primer lugar, la Licenciada Esbeide Pineda asegura que el aspirante no debe esperar que el entrevistador le pregunte todo. Por el contrario deberá anticiparse para hablar de sus conocimientos e inquietudes y no olvidar mencionar por qué decidió solicitar empleo en esa empresa, cuáles son sus metas profesionales, sus proyectos de vida y por qué piensa que es la persona apta para cubrir el puesto. En este sentido, la especialista opina que al entrevistador se le debe hablar siempre mirándole a los ojos, con mucha seguridad de sí mismo pero evitando que esa seguridad se confunda con exageración o prepotencia pues ésta sería una razón suficiente para ser rechazado. El tono de la charla debe ser natural, fresco, espontáneo.

La Licenciada Esbeide, mercadóloga egresada de la Universidad Tecnológica de Nezahualcóyotl, también habló de la presentación, factor al que muchas empresas le dan una importancia fundamental... "Tener buena presentación no significa tener cara bonita o cuerpo de modelo. Este aspecto está más relacionado con la pulcritud que refleje el aspirante a través de su arreglo personal. Hay especialistas que recomiendan utilizar ropa color azul o gris para esta ocasión pues tienen un efecto psicológico positivo. Desde mi punto de vista, más allá del color, lo importante es llevar ropa con la que el solicitante se sienta perfectamente cómodo, sin ser informal, esto le dará seguridad en su desenvolvimiento. Cuando una persona está en busca de empleo es común que visite dos o más empresas en un mismo día, utilizar ropa y zapatos cómodos evita que el solicitante llegue cansado a sus citas".

Hay otra situación que suele poner en aprietos a los egresados durante sus primeros contactos con el campo de trabajo. Cuando se les pregunta en la entrevista sobre el sueldo que esperan recibir, generalmente no saben qué contestar. Ésta es una situación natural pues la falta de experiencia les impide a los nuevos profesionistas tener referencias concretas sobre la cotización de los puestos que pueden desempeñar. En este caso, Esbeide Pineda aconseja dejar el salario en el término de negociable.

"Por tratarse del primer empleo, más que lo económico debe resaltar el interés por el trabajo. Una vez dentro, el egresado tendrá la oportunidad de demostrar que en efecto está capacitado para desempeñar satisfactoriamente la función para la que fue contratado. Cuando esto suceda estará en condiciones de evaluar si el sueldo que recibe es justo o bien, si es conveniente solicitar un ajuste del mismo a su favor. Lejos de preocuparse por el dinero, el joven aspirante debe estar atento a otros aspectos que al mediano y largo plazo serán más importantes, por ejemplo el nivel de la empresa a la que desea ingresar, así como las posibilidades de desarrollo y crecimiento dentro del puesto al que aspira. Además, mostrar un excesivo interés

sobre el salario también puede afectar la evaluación del solicitante, pues anteponer los intereses económicos sobre los profesionales es otra causa de fracaso en la entrevista de trabajo”.

La entrevista es un paso fundamental en las aspiraciones laborales de los profesionistas, ya que de ella depende, en la mayoría de los casos, que el candidato se quede con el trabajo o no, por eso es sumamente importante enfrentarla con la mayor preparación posible. Es recomendable que el solicitante tenga un conocimiento previo tanto de la empresa como del empleo para el que se perfila, así como las actividades a desarrollar. Conocer las características del puesto y estar seguro de que se cuenta con los conocimientos y habilidades necesarios para ocuparlo hará la entrevista más ágil y productiva y aumentará las posibilidades de ser elegido. En caso contrario permitirá dejar buen antecedente, así el solicitante pasará a formar parte de la cartera de la empresa con la posibilidad de ser tomado en cuenta posteriormente, o bien, para ser promovido en otras organizaciones

#### **IV. DISEÑO DE PROGRAMA**



**El diseño de programa contiene las características técnicas y de contenido que dan forma a un espacio radiofónico**

La decisión de hacer un programa para los futuros profesionistas en el que se traten asuntos relacionados con el mercado de trabajo obedece a que el acercamiento entre estudiantes y campo laboral es un aspecto medular en la preparación de los alumnos universitarios. Si partimos, además, de que conocer el mercado de trabajo profesional también contribuye a combatir uno de los problemas más graves en México como lo es el desempleo, entonces toda la información relacionada con el tema, adicional a la que brinden las instituciones de educación superior a sus alumnos será valiosa. Y como estudiar el campo de trabajo no es responsabilidad sólo de las universidades sino también de los estudiantes *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* representa una opción ideal para los jóvenes que se interesen en saber más acerca de lo que les espera cuando les llegue la hora de salir a buscar trabajo.

El radio reportaje se convierte en la opción ideal para darle forma a un programa de esta índole, pues permite incluir otros géneros como la entrevista, la crónica y la nota informativa para lograr un formato dinámico y atractivo. Asimismo, la radio, gracias a su alta capacidad de penetración, así como a sus costos de producción y difusión, es el medio adecuado para producir mensajes que brinden al público, en este caso a los universitarios, orientación y entretenimiento al mismo tiempo.

Antes de iniciar con el siguiente apartado es conveniente aclarar que *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* no tiene como meta resolver los problemas que enfrentan los egresados en el campo de trabajo. El objetivo de este programa es brindar un panorama general de la situación que muestra el terreno laboral actualmente en las distintas carreras universitarias. En esta ocasión se aborda el caso particular del *PANORAMA LABORAL* para la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón. De manera complementaria el programa adquiere el compromiso de ofrecer a los universitarios consejos que les ayuden a llegar mejor preparados a la competencia profesional.

- 4.1 **Nombre del programa:** Conexión Universitaria
- 4.2 **Lema o slogan:** El punto donde convergen los profesionistas del mañana
- 4.3 **Logotipo:**



Al centro, aparece un libro en color azul, esta figura representa el quehacer académico, se trata de una manera clara y básica de hacer referencia al trabajo de investigación, tarea fundamental del universitario. En composición con el libro aparece un micrófono omnidireccional del cual emanan ondas hertzianas simbolizando la difusión de ideas, de la información.

En la palabra "conexión" se resalta la letra "x", son dos líneas que al cruzarse crean un punto, un sitio de coincidencia, así queda ilustrado gráficamente el slogan del programa: "El punto donde convergen los profesionistas del mañana".

La tipografía dinámica, moderna y los colores alegres y llamativos le dan al diseño un aspecto jovial, acorde con la personalidad del programa.

#### 4.4 **Objetivos generales**

- Exponer el panorama que tienen los estudiantes y egresados de la Carrera de Comunicación y Periodismo en relación con su campo de trabajo.
- Determinar el comportamiento que tiene actualmente el campo de trabajo para la Carrera de Comunicación y Periodismo.

- Complementar la información que contiene el plan de estudios acerca del campo de trabajo para la Carrera de Comunicación y Periodismo.
- Ofrecer a los estudiantes , egresados y profesores de la Carrera de Comunicación y Periodismo un espacio informativo que les permita ampliar su información sobre las áreas y funciones laborales que van *MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS* masivos de comunicación y de lo que señala el plan de estudios.

#### 4.5 Objetivos particulares

- Determinar el perfil, tanto académico como vocacional, de los estudiantes y egresados de la Carrera de Comunicación y Periodismo.
- Proporcionar a los futuros egresados consejos prácticos que les ayuden a desempeñarse exitosamente en el campo laboral.

#### 4.6 Antecedentes

Hasta el momento en que se concluyó el diseño del programa *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* no se tuvo conocimiento de la existencia de otro espacio radiofónico que brindara información sobre el campo de trabajo a los estudiantes de nivel superior en particular. En el caso de las radiodifusoras culturales como Radio UNAM, el IMER y Radio Educación no se da la combinación entre información y entretenimiento. El programa que se propone en este proyecto es el punto intermedio entre la información y el entretenimiento, por lo que tendría mayores probabilidades de ser difundido en estaciones comerciales dirigidas al público juvenil que prefiere la música moderna, como W Radical, Radio Activo y EXA F.M. Sin embargo, después de efectuar el rastreo correspondiente se determinó que en estas últimas frecuencias al igual que en las antes citadas actualmente no existe un solo programa con las características mencionadas, y tampoco hay indicios de que haya existido alguno similar recientemente.

#### 4.7 Público meta

*Los estudiantes de nivel superior.* Durante la licenciatura los alumnos adquieren un panorama general acerca del campo de trabajo, a través de la información que reciben durante sus estudios de licenciatura. Sin embargo es posible ampliar ese panorama con datos adicionales obtenidos mediante el estudio y análisis de las condiciones actuales del campo laboral.

#### 4.8 Sexo

*Masculino y Femenino.* La comunidad estudiantil en la gran mayoría de las instituciones de educación superior del país está conformada por alumnos de ambos sexos. *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* es un programa hecho para los futuros profesionistas, en consecuencia su auditorio queda conformado tanto por hombres como por mujeres.

#### 4.9 Edad

*De 17 a 22 años:* Se considera este rango de edades pues dentro de él se encuentran los jóvenes que están a punto de elegir carrera, y también aquellos que están a punto de incorporarse a la vida productiva dentro del campo laboral. Por tal motivo se establece que para este sector del público resulta de gran interés la información acerca de la vida universitaria, dentro y fuera de las aulas.

#### 4.10 Ocupación

*Estudiantes :* Por su contenido, *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* es un programa dirigido a los alumnos de nivel superior, ya que este espacio está destinado exclusivamente a brindar información adicional a la que los estudiantes reciben en los salones de clase, acerca del campo profesional.

#### 4.11 Horario

*Sábados 11:00 horas:* Se ha demostrado que los niveles de audiencia en la radio se mantienen estables los sábados y domingos respecto al resto de la semana. Además, si tomamos en cuenta la diversidad de turnos escolares, transmitir el programa en un día y horario que no se cruce con los mismos, abre la posibilidad de captar un mayor auditorio.

#### **4.12 Emisora**

Radio UNAM  
IMER  
Radio Educación  
Orbita 105.7  
Radio Activo  
W Radical  
Alfa Radio

#### **4.13 Modalidad de producción**

*Programa pre-grabado.* La extensión de este programa, tanto en tiempo como en información requieren de una producción planeada de manera precisa que le dé el ritmo y la estructura adecuada para cumplir con su objetivo de impacto. Las posibilidades de que esto suceda aumentan utilizando esta modalidad.

En *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* los jóvenes universitarios podrán escuchar música de su agrado, y al mismo tiempo expresar sus puntos de vista sobre temas o inquietudes de interés, así como todo lo relacionado con los problemas que enfrentan en su vida estudiantil.

#### **4.14 Género**

Reportaje, dirigido a un grupo específico. Es un género completo ya que está conformado por una gran diversidad de apoyos como la entrevista, sondeos, cifras numéricas, así como los testimonios de los diferentes personajes que se ven involucrados en el tema tratado.

## 4.15 Reloj de producción

SECCIÓN	DURACIÓN	TIEMPO ACUMULADO
ENTRADA- PRESENTACIÓN	1'	
ANTECEDENTES DE LA ENEP ARAGÓN	1'	2'
ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA CARRERA	1' 30"	3' 30"
PANORAMA LABORAL DE LOS ESTUDIANTES	3'	6' 30"
CAMPO DE TRABAJO	3'	9' 30"
CÁPSULA 1: PANORAMA LABORAL DE LOS ESTUDIANTES	1'	10' 30"
ENTREVISTA DE OPINIÓN LIC. MARTHA P. CHAVEZ	1' 30"	12'
CAPSULA 2 :BOLSAS DE TRABAJO	1'	13'
PERFIL DE LOS EGRESADOS	2' 30"	15' 30"
CAMPO DE TRABAJO MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS	3'	18' 30"
EXIGENCIAS DEL CAMPO LABORAL/ LA ACTITUD	2'	20' 30"
CAPSULA 3: LOS PRIMEROS PASOS	1'	21'30"
EL CURRÍCULUM VITAE	2'	23'30"
LA ENTREVISTA DE TRABAJO	1' 30"	25'
CONSEJOS PARA RECIÉN EGRESADOS (COLLAGE)	2'	27'
CONCLUSIONES	1' 30"	28' 30"
DESPEDIDA	1'	29' 30"
SALIDA	30"	30'

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

#### 4.16 Posible patrocinio

ENEP Aragón, preparatorias y universidades públicas y privadas de del Distrito Federal, Colegios de Ciencias y Humanidades, empresas especializadas en recursos humanos y bolsa de trabajo como AMEDIRH y Grupo Consulting. Estaciones de radio dirigidas a jóvenes de entre quince y veintitrés años tales como Alfa radio, Órbita, W radical, Vox y Radio Activo. Asimismo, *CONEXIÓN UNIVERSTARIA* puede ser patrocinado por marcas de artículos juveniles, así como por escuelas de educación complementaria que venden cursos de inglés y computación

## **V. PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA RADIOFÓNICO**



Conexión Universitaria presenta **MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS**  
un reportaje que transmite información, música de vanguardia y  
**¡BUENA VIBRA!**

Los programas radiofónicos para jóvenes se caracterizan por su contenido comercial. Están diseñados para entretener y no para informar. Las producciones culturales que se dirigen a ese sector del público, específicamente a los estudiantes que se ubican entre los niveles de estudio medio superior y superior, tienen poca audiencia, pues sus formatos los vuelven poco atractivos para un público que, desgraciadamente, busca en los medios masivos diversión, más que educación.

*CONEXIÓN UNIVERSITARIA* surge como un esfuerzo de combinar en un solo programa la información y el entretenimiento para uno de los grupos que más escucha la radio en México, los jóvenes. Con un formato ágil, dinámico, vestido con música de vanguardia, este espacio promete mantener al radioescucha atento no sólo a su programación musical sino a la información que transmitirá acerca de los temas de mayor interés entre la comunidad universitaria del país. Se trata de una producción que retoma el formato comercial de las series más escuchadas entre ese sector del público, pero cuyo principal objetivo será orientar a los futuros profesionistas sobre todo lo relacionado con el terreno laboral.

Prueba de lo anterior es el reportaje *MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS* que, con una duración de treinta minutos, trata los puntos más relevantes del *PANORAMA LABORAL* para la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón. La duración del programa y su carácter informativo, exigieron una producción dinámica, con la participación de dos locutores, sin espacios en frío. Las voces, una masculina y otra femenina, aparecen siempre distorsionadas con un efecto digital, lo que les da un toque moderno que atrae de inmediato. A esos elementos se suma la música electrónica como fondo permanente, y aunque contiene otros recursos como entrevistas, cápsulas y dramatizaciones, en ningún momento el elemento estético rebasa al informativo.

En resumen, la combinación de los recursos de la radio comercial para jóvenes con un contenido basado en el trabajo periodístico, hacen del programa *CONEXIÓN UNIVERSITARIA* y su reportaje *MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS* una propuesta ideal para informar y entretener al mismo tiempo.

**NOMBRE DEL PROGRAMA:** Más allá de los  
medios  
**DURACIÓN:** 30 minutos  
**FECHA DE GRABACIÓN:** 28 de abril de 2001  
**PRODUCTOR:** Gilberto Escobar Peralta  
**OPERADOR:** Antonio Serrano

**LOCUTOR 1:** Sol Rivera  
**LOCUTOR 2:** Alberto Pérez  
**LOCUTOR 3:** Gilberto Escobar

**Discografía**

<b>Número</b>	<b>Formato</b>	<b>Track</b>	<b>Identificación</b>
01	CD	09	Hey boys, Hey girls. The Chemical Brothers.
02	CD	01	Spaced Invader. Hatras
03	CD	09	Big Bass Bomb. Klubbheds
04	CD	21	The Bells. DJ I
05	CD	18	Sube, Sube. Other Brothers
		02	Letz. Power B.
06	CD	10	TurnUp The Bass. Klubbheads
		18	Cream. Piet Blank And Jaspa Jones
07	CD	02	Holy Ghost. Emerson
08	CD	03	Final Chapter. Mike Macaluso
09	CD	12	7 Colours. Lost Witness
		09	Pumpin. Novy And Eniac
		05	Welcome 2 de Jungle. Thick Dick
		08	The vision. Mario Piu
10	CD	05	Kiss Me. DJ Joy
11	CD	01	9 pm/ Till I come. ATB

CÁPSULA No 1

**OP. ENTRA EFECTO- CONEXIÓN ELÉCTRICA.**

**OP. SALE EFECTO. SE LIGA CON COLLAGE DE INSERTS( MD T-6)**  
**("periodismo....locutor de radio").**

**OP. SALE COLAGE DE INSERTS ENTRA MÚSICA EN CORTE DIRECTO**  
**QUEDA DE FONDO (MD-T2).**

LOC

La mayoría de los estudiantes de Comunicación y Periodismo tienen la esperanza de trabajar algún día en el periódico de mayor circulación, la estación de radio más popular, o bien, en la cadena televisiva más importante del país. Las actividades favoritas de los futuros comunicólogos de Aragón son: productor en radio y televisión y reportero en medios impresos y electrónicos. Pero...Oh sorpresa, resulta que sólo la tercera parte de los egresados que ejercen la carrera logra hacer realidad este sueño, el resto, que es la gran mayoría lo hace fuera de los medios masivos de comunicación.

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

Tal vez esta tendencia cambiaría si los alumnos a la hora de pensar en un empleo decidieran , además de satisfacer sus gustos personales, echarle un vistazo al comportamiento que tiene actualmente el campo laboral.

**OP. ENTRA EFECTO CONEXIÓN ELÉCTRICA. DESAPARECE FONDO Y LOCUTOR.**

## CÁPSULA No 2

### OP. ENTRA EFECTO – CONEXIÓN ELÉCTRICA.

### OP. TERMINA EFECTO. ENTRA MÚSICA EN CORTE DIRECTO (MD T-2) FONDEANDO LOCUTOR.

LOC

Si estás a punto de terminar la Carrera de Comunicación y Periodismo, seguramente empiezas a preocuparte por lo que harás al dejar los salones de clase. Siendo así toma nota.

Expertos en bolsa de trabajo señalan como los medios más eficaces para conseguir empleo los siguientes:

Bolsas de trabajo en INTERNET

Las páginas WEB de las empresas, pues muchas de ellas manejan su propia bolsa de trabajo.

Y por último las organizaciones integradas por empresas de un mismo ramo tales como asociaciones, cámaras y sindicatos.

En contraparte , los especialistas opinan que el periódico no es un medio que contenga opciones atractivas para universitarios, pues además de ofrecer puestos de muy bajo nivel, también maneja empleos de dudosa seriedad en los que muchos solicitantes han vivido experiencias muy desagradables.

**OP. ENTRA EFECTO DE CONEXIÓN ELÉCTRICA. DESAPARECE FONDO Y LOCUTOR.**

### **CÁPSULA No 3**

#### **OP. ENTRE EFECTO DESCARGA ELÉCTRICA.**

#### **OP. SALE EFECTO QUEDA MÚSICA QUE FONDEA (MD T-2).**

LOC

Buscar empleo es una tarea complicada que requiere planeación, por eso CONEXIÓN UNIVERSITARIA te brinda algunos consejos que te ayudarán a llegar mejor preparado a tu primera cita de trabajo.

Para empezar, analiza la situación económica, política y social no sólo en México, sino a nivel mundial.

Después observa el comportamiento del campo laboral al que saldrás a competir.

Es muy importante que también investigues lo más posible acerca de la empresa en la que solicitarás empleo, así como de las actividades que vas a desempeñar.

Para aumentar tus posibilidades de éxito, define perfectamente tus metas profesionales y personales.

Y, por último, lo más importante: sal a competir convencido de que vas a triunfar.

**OP. ENTRA EFECTO-DESCARGA ELÉCTRICA CORTA FONDO Y LOCUTOR.**

1/ 27

VOZ 1

¡Ahora recibamos con un fuerte aplauso al nuevo licenciado en Comunicación y Periodismo...Señor Alberto Peláez;

**OP. SUBE SONIDO AMBIENTE QUE SE MEZCLA CON UN GOYA BAJA SONIDO AMBIENTE A SEGUNDO PLANO SE MEZCLA CON LOUTOR 2 QUE ENTRA EN PRIMER PLANO.**

VOZ 2

¡Vientos; ¡Ya tengo mi diploma;  
¡Ahora a buscar trabajo;

**OP.SALE FONDO. ENTRA EFECTO DE DISCO RAYADO QUE CORTA SONIDO AMBIENTE. SALE EFECTO Y ENTRA EN CORTE LOC 2**

VOZ 2

Pero...¿Por dónde empezar?;

**OP. ENTRA RÚBRICA EN CORTE DIRECTO. SUBE BAJA Y FONDEA.**

VOZ 3

Conexión Universitaria  
Presenta:

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

2/27

VOZ 4

Más allá de los medios . Todo lo que el estudiante de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón debe saber acerca de su campo de trabajo

**OP. SUBE RÚBRICA SE MANTIENE 5 SEGUNDOS. BAJA Y SE MEZCLA CON CD-2 T-02 SEG. 2:02.**

LOC 1

El conocimiento del campo laboral es un aspecto sumamente importante en la preparación de los futuros comunicólogos de la ENEP Aragón.

Conocer el mercado de trabajo significa que estés enterado de las actividades que podrás realizar cuando seas todo un profesional, así como las áreas en que encontrarás mayores posibilidades de empleo.

¿Qué te parece? ¿Interesante, verdad?...

Entonces ¡No te desconectes! ... hoy Conexión Universitaria pondrá en tus manos la información que estabas esperando acerca del campo laboral.

Y para comenzar echemos un vistazo al pasado...vayamos directamente al origen.

3/27

**OP. ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO. SALE EFECTO.  
SIGUE LOCUTOR EN FRÍO.**

LOC 3                      La historia

**OP. ENTRA CD-1 T-01 EN CORTE DIRECTO SUBE BAJA Y  
QUEDA DE FONDO.**

LOC 2                      Hablar de la ENEP Aragón es hablar de la Carrera de Comunicación y Periodismo, ya que se trata de una de las profesiones que se imparten en este plantel desde que se fundó como respuesta de la Universidad Nacional Autónoma de México a la necesidad de educación superior que sufría el país en la década de los setenta.

Esta licenciatura comenzó a impartirse en 1959 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. En 1976 abre sus puertas la ENEP Aragón y retoma el nombre de la carrera y prácticamente el mismo plan de estudios que se aplicaba en Ciudad Universitaria.

Es hasta 1992 cuando el consejo técnico de la ENEP Aragón aprueba la renovación del plan de estudios.

4/27

A partir de entonces la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva cambia a Comunicación y Periodismo, nombre con el que se le conoce actualmente.

**OP. SUBE MÚSICA. SE MANTIENE Y SE MEZCLA CON CD-3 T-09  
SEG.27 QUEDA DE FONDO.**

LOC 1

Uno de los principales objetivos del nuevo plan de estudios es acercar más a los estudiantes y egresados a la realidad que vive actualmente el campo laboral, transformado por el desarrollo que han tenido en México los medios masivos de comunicación.

**OP. SUBE MÚSICA. SE MANTIENE, BAJA Y SIGUE DE FONDO.**

LOC 2

Como egresado de la Carrera de Comunicación y Periodismo tienes muchas y muy diversas opciones de trabajo, ya que se trata de una profesión versátil y de alto impacto social.

5/27

Así que si todavía dudas lo que te gustaría hacer cuando dejes los salones de clase, pon mucha atención a lo que sigue...

**OP. SALE MÚSICA. ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO. SIGUE LOCUTOR CON DISTORSIÓN.**

LOC 3

Campo Laboral

**OP. ENTRA COLLAGE DE SONIDOS DE RADIO Y TELEVISIÓN PROGRAMAS POPULARES MD-2 T-01 DURACIÓN 20 SEGUNDOS.**

**OP. ENTRA MÚSICA CD-1 T-03 QUEDA DE FONDO.**

LOC 1

La información sobre las áreas de trabajo y las principales funciones que puede desempeñar el egresado de comunicación se encuentra en las páginas del plan de estudios publicado en 1993.

6/27

El documento señala que el comunicólogo egresado de la ENEP Aragón puede trabajar en la radio, la prensa, el cine, la televisión, en los medios impresos así como en compañías de publicidad, propaganda y relaciones públicas.

Las empresas editoriales y las agencias de noticias también son espacios en los que este profesionista puede aplicar sus conocimientos y habilidades.

- LOC 2 Y qué tal las actividades relacionadas con la docencia, el análisis y la investigación. Pues sí, el comunicólogo es el profesionista ideal para llevar a cabo estas tareas.
- LOC 1 Entre las principales funciones que podrás realizar como licenciado en Comunicación y Periodismo están:
- LOC 1 Agente de relaciones públicas
- LOC Analista de textos en instituciones públicas y privadas
- LOC 1 Comentarista
- LOC 2 Corresponsal
- LOC 1 Director de comunicación social
- LOC 2 Jefe de información
- LOC 1 Publicista
- LOC 2 Productor de programas de radio y televisión
- LOC 1 Y reportero en medios impresos y electrónicos.

7/27

**OP. SALE MÚSICA. ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO. SIGUE LOCUTOR EN FRÍO.**

LOC 3

Y aún hay más.

**OP. ENTRA MÚSICA EN CORTE DIRECTO CD-4 T-21 QUEDA DE FONDO.**

LOC 2

Otras áreas en las que puedes prestar tus servicios como profesional de la comunicación son:

la Capacitación, la Comunicación interna en empresas privadas, mejor conocida como comunicación organizacional. Y por supuesto, la elaboración de páginas y portales de internet.

Se sabe que para ejercer la carrera no es necesario el título. ¡Pero...ojo! dadas las condiciones de competencia, hoy en día contar con este requisito suele ser un factor decisivo para conseguir empleo.

8/27

**OP. SALE MÚSICA ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO. SALE EFECTO. SIGUE LOCUTOR EN FRÍO.**

LOC 3                      Panorama laboral del estudiante de Comunicación y Periodismo.

**OP. ENTRA . MÚSICA. CD-5 T-18      SUBE, BAJA Y QUEDA DE FONDO.**

LOC 1                      El campo de acción de la Carrera de Comunicación y Periodismo es muy grande. ¿Pero...acaso ésta es una situación que los estudiantes toman en cuenta antes de salir a competir en el campo laboral?

Para responder esta pregunta, Conexión Universitaria llevó acabo en fecha reciente un sondeo entre alumnos del octavo semestre de Comunicación.

Escucha con atención, los resultados son en verdad interesantes.

**OP. ENTRA CÁPSULA No 1. DURACIÓN 1 MINUTO CON 16 SEGUNDOS.**

9/27

**OP. ENTRA EN CORTE DIRECTO CD-6 T-10 SUBE BAJA Y QUEDA DE FONDO.**

LOC 2                      En la formación del panorama laboral del estudiante de comunicación, las autoridades académicas juegan un papel determinante. Por eso no podía faltar su punto de vista en relación a este importante tema, así que checa lo siguiente:

**OP. SALE MÚSICA ENTRA EFECTO DE CONEXIÓN ELÉCTRICA. SALE EFECTO. SIGUE LOC. CON DISTORSIÓN Y EFECTO DE MÁQUINA DE ESCRIBIR COMO FONDO.**

LOC 3                      Entrevista con Martha Patricia Chávez. Jefa de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón.

10/27

**OP. ENTRA EFECTO DE CONEXIÓN ELÉCTRICA EN CORTE DIRECTO. SALE EFECTO. SIGUE INSERT DE MARTHA PATRICIA.**

**MD-1 T-1 "Nosotros, yo te puedo decir.... la otra parte si requirieramos que el alumno participara un poco más". DURACIÓN 39 SEGUNDOS.**

**OP. ENTRA LOCUTOR EN FRÍO.**

LOC 2

Acerca de los medios por los cuales la ENEP Aragón proporciona a los alumnos información sobre el campo laboral, la jefa de carrera dijo lo siguiente:

**OP. ENTRA EN CORTE DIRECTO EFECTO DE CONEXIÓN ELÉCTRICA. SALE EFECTO, ENTRA INSERT EN FRÍO. MD-1 T-2 "Se manejan va en algunos folletos...donde también nosotros podríamos desempeñarnos"DURACIÓN 29 SEGUNDOS.**

**OP. ENTRA LOCUTOR EN FRÍO.**

11/27

LOC 2

La licenciada Martha Patricia también señaló que otros canales de acercamiento entre los alumnos y el campo laboral son el servicio social y las materias optativas que se incluyeron en el plan de estudios actual, con el fin de ampliar el panorama profesional de los futuros egresados.

OP. ENTRA EFECTO DE CONEXIÓN ELÉCTRICA EN CORTE DIRECTO. DESAPARECE Y ENTRA INSERT EN FRÍO. MD-1 T-03 "Por ejemplo en el área de optativas nosotros... para que el alumno se forme en las otras áreas que nosotros no tenemos". DURACIÓN 42 SEGUNDOS.

OP. ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO DESAPARECE.  
ENTRA DRAMATIZACIÓN. MD-1 T-05 DURACIÓN 14 SEGUNDOS.  
SALE ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO DESAPARECE Y QUEDA LOCUTOR EN FRÍO.

LOC 3

Egresados y campo laboral

12/27

**OP. ENTRA MÚSICA CD-5 T-02 MIN 1. SUBE, BAJA Y FONDEA A LOCUTOR.**

LOC 1

Aunque las áreas y funciones de trabajo de la licenciatura en Comunicación y Periodismo se encuentran principalmente dentro de los medios de comunicación, es muy probable que la mayoría de los egresados que ejercen la carrera lo haga fuera de la prensa, la radio, el cine y la televisión.

Así pudo establecerse que la actividad más frecuente entre los egresados es la docencia. En efecto, más de la mitad de los comunicólogos aragoneses trabaja como personal académico, principalmente en preparatorias y universidades.

**OP. SUBE MÚSICA. SE MANTIENE, BAJA Y SIGUE DE FONDO.**

LOC 2

El sector público y las empresas privadas ajenas a los medios de comunicación representan dos opciones más de empleo para los comunicólogos de Aragón.

13/27

En estos sectores se encuentra alrededor de la tercera parte de los egresados.

Todos estos datos son una clara señal de que hoy el campo de trabajo de la Carrera de Comunicación y Periodismo se extiende MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS, en actividades tan apasionantes como las que se han mencionado hasta el momento, y como otras que conocerás más adelante.

**OP. SUBE FONDO. SE MEZCLA CON CD-7 T-02 SUBE, BAJA Y QUEDA DE FONDO.**

LOC 1

El egresado de Comunicación y Periodismo tiene un campo de acción muy amplio...

Pero...¿Qué características tiene este profesionista que lo hacen apto para trabajar no sólo en los medios de comunicación, sino en muchas otras áreas?

**OP. SALE MÚSICA ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO. SALE EFECTO. SIGUE LOCUTOR EN FRÍO.**

14/27

LOC 3

Perfil vocacional y Profesional del egresado

**OP. ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO. SALE EFECTO. ENTRAN EN CORTE TESTIMONIOS DE EGRESADOS MD-1 T-06 "Los egresados de comunicación somos...en cuestión de números somos un desastre" DURACIÓN 27 SEGUNDOS.**

**OP. ENTRA EFECTO DE RUIDO. SIGUE LOCUTOR EN FRÍO.**

LOC 2

Gracias a su perfil vocacional y profesional el egresado de Comunicación, puede trabajar no sólo en los medios, sino en muchos lugares más.

Ésta es una ventaja que brindan la Universidad Nacional Autónoma de México y la ENEP Aragón a sus alumnos a través de programas y planes de estudio que representan un abanico profesional que amplía las opciones de trabajo.

**OP. ENTRA EFECTO DE CONEXIÓN ELÉCTRICA. SIGUE LOCUTOR CON EFECTO DE MÁQUINA DE ESCRIBIR COMO FONDO.**

15/27

LOC 3                      Licenciada Susana Viguera Moreno, Jefa de la Unidad de Apoyo Pedagógico de la ENEP Aragón.

**OP. SALE EFECTO. ENTRA INSERT. EN FRÍO MD-1 T-04 "Si tú dejas de tener un empleo como comunicólogo...el campo de las profesiones es que tú sepas de muchas cosas". DURACIÓN 39 SEGUNDOS.**

**OP. ENTRA MÚSICA CD-9 T-12 SUBE BAJA FONDEA.**

LOC 1                      Ya que tocamos el tema de la versatilidad profesional de los comunicólogos de la ENEP Aragón ¿qué te parece si ahora hablamos de esas áreas de trabajo que no están en el plan de estudios, pero que actualmente brindan otras alternativas de empleo?.

**OP. FADE OUT MÚSICA . ENTRA EFECTO DE RUIDO. SALE EFCTO, SIGUE LOC. EN FRÍO.**

LOC 3                      Más allá de los medios y del plan de estudios.

16/27

**OP. SALE EFECTO. ENTRA MÚSICA CD-6 T-18 EN CORTE DIRECTO. SUBE. BAJA Y QUEDA DE FONDO.**

LOC 1

La administración pública es un sector en el que actualmente trabaja un número importante de egresados de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón.

Como conocedor y crítico de la realidad nacional, y gracias a su interés por el bienestar social, este profesional hace grandes aportaciones en el gobierno, tanto a nivel local como federal.

LOC 2

Otra rama del campo laboral que puede explotar el egresado de comunicación es la atención a clientes. Las empresas que solicitan personal para desarrollar esta función no sólo ofrecen el ya famoso puesto de ejecutivo de atención a clientes vía telefónica o personal, sino también toman en cuenta al comunicólogo para ocupar el puesto de jefe de departamento, coordinador o supervisor.

**OP. SUBE MÚSICA. BAJA Y SIGUE DE FONDO.**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

17/27

LOC 1

Seguramente cuando salgas a competir al mercado laboral te vas a encontrar frecuentemente con la siguiente palabra...MARKETING...Como sabes entre las cualidades del comunicólogo está la facilidad para vender, ya sea una idea o un producto.

Esto queda demostrado en actividades como la publicidad y la propaganda, y puede ser también la razón por la que hoy en día la venta de artículos y servicios sea otra alternativa de trabajo para el profesional de la comunicación.

**OP. SUBE MÚSICA. BAJA Y SIGUE DE FONDO.**

LOC 1

Por último tenemos un puesto que aparece constantemente en las diferentes bolsas de trabajo. Se trata ni más ni menos que del EJECUTIVO DE CUENTA. Al igual que el marketing esta tarea se ubica dentro del área comercial. La actividad primordial en este caso consiste en ser el enlace entre la empresa y un cliente o proveedor específico. Las empresas de publicidad, relaciones públicas y las que se dedican a la venta de servicios son las que contratan a egresados de comunicación para ocupar este puesto.

18/27

**OP. SALE MÚSICA. ENTRA EN CORTE DIRECTO CÁPSULA No 2.  
DURACIÓN 1 MINUTO 05 SEGUNDOS.**

**OP. SALE CÁPSULA. ENTRA MÚSICA CD-9 T-09 SUBE BAJA Y  
QUEDA DE FONDO.**

LOC 2

Existe otro aspecto del campo laboral que debes conocer antes de salir a competir en el terreno profesional. Se trata de la mentalidad con que habrás de enfrentar la difícil tarea de buscar tu primer empleo.

**OP. SALE MÚSICA. ENTRA EFECTO DE RUIDO. SALE EFECTO.  
SIGUE LOC. EN FRÍO.**

LOC 3

La actitud

**OP. SALE EFECTO, ENTRA MÚSICA CD-9 T-05 SEG. 18 SUBE.  
BAJA Y QUEDA DE FONDO**

19/27

LOC 2

La falta de empleo en México y el alto nivel de competencia tanto a nivel individual como entre las empresas son problemas que afectan directamente al mundo de las profesiones.

Por eso buscar trabajo implica vivir una auténtica odisea. Ante esta situación debes adoptar un actitud positiva y emprendedora. Recuerda que entre mejor preparado estés tendrás más posibilidades de éxito. Ser un profesional competente requiere, además de la excelencia académica, una serie de conocimientos adicionales sin los cuales tendrás problemas, incluso, para conseguir una entrevista de trabajo.

**OP. SUBE FONDO SE MANTIENE 10 SEGUNDOS Y BAJA A SEGUNDO PLANO.**

LOC 2

Entre los conocimientos básicos que exige el campo laboral actual están: el dominio del idioma inglés, el manejo de equipo de cómputo PC, paquetería Windows: Word Excell y Power Point.

20/27

En el caso concreto de la carrera de Comunicación y Periodismo también es fundamental conocer programas de diseño gráfico como Photo Shop, Page maker y Corell Draw, y por supuesto también es imprescindible que seas todo un experto en Internet.

**OP. SUBE MÚSICA. SE MEZCLA CON CD-10 T-05 SEG.57 SUBE, BAJA Y FONDEA.**

LOC 2

Ahora ya sabes más acerca de las características y el comportamiento del campo laboral para la Carrera de Comunicación y Periodismo. Y no sólo eso. Conexión Universitaria también te ha dicho cuáles son los conocimientos y la actitud que harán de ti un verdadero profesionalista. Pero eso no es todo...

Pon mucha atención, porque a continuación te diremos cuáles son los siguientes pasos que aumentarán tus posibilidades de éxito en la búsqueda de tu primer empleo.

**OP. SALE MÚSICA ENTRA EFECTO DE RUIDO. SIGUE LOCUTOR EN FRÍO.**

21/27

LOC 3

El curriculum vitae y la entrevista de trabajo.

**OP. ENTRA MÚSICA. CD-1 T-09 SEG. 20 SUBE. BAJA Y FONDEA.**

LOC 1

El curriculum vitae es la carta de presentación del egresado que aspira a un empleo. Su principal objetivo es despertar el interés de la empresa por el solicitante.

Entre los datos que deben aparecer en este documento están: el objetivo profesional, la experiencia escolar y laboral, así como las habilidades personales.

El contenido del curriculum tendrá que ser breve y conciso.

Los datos deberán ser reales y enfocados directamente al puesto solicitado.

La elaboración del historial académico y laboral requiere tiempo. Hay que cuidar hasta el más mínimo detalle, desde la ortografía y redacción, hasta la limpieza y el formato.

**OP. SUBE MÚSICA. BAJA Y SIGUE DE FONDO.**

22/27

LOC. 1            La entrevista de trabajo es un intercambio de información entre la empresa y el aspirante a un puesto determinado. En ella el empleador busca seleccionar a la persona que reúna las características para ocupar el puesto que está vacante dentro de la empresa que representa. El aspirante por su parte, tratará de demostrar que es la persona indicada para ocupar dicho puesto.

**OP. SUBE MÚSICA, BAJA Y SIGUE DE FONDO.**

LOC. 2            Según los expertos en reclutamiento y selección de personal, muchos solicitantes son rechazados por no tomar en cuenta algunos detalles importantes. Si tú no quieres que te suceda lo mismo toma nota de los siguientes consejos.

**OP. SALE MÚSICA. ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO. SALE EFECTO. SIGUE LOCUTOR EN FRÍO.**

LOC. 3            Tips y más tips

23/27

**OP. ENTRA MÚSICA CD-09 T-08 EN CORTE DIRECTO. SUBE,  
BAJA Y QUEDA DE FONDO.**

- LOC. 1                    Durante la entrevista de trabajo no esperes que el entrevistador te pregunte todo. Anticipate para hablarle de tus conocimientos e inquietudes. Y no olvides mencionar por qué te interesa trabajar en esa empresa. Dile también cuáles son tus proyectos profesionales y personales.
- LOC. 2                    La imagen es otro aspecto que debes cuidar al máximo. Recuerda que tener buena presentación no significa necesariamente tener cara bonita y cuerpo de modelo. En realidad lo que te debe preocupar es la pulcritud que reflejes en tu aspecto personal
- LOC 1                    Cuando vayas a una entrevista de trabajo además de ir perfectamente limpio y arreglado también procura llevar ropa cómoda, claro sin ser informal, eso te ayudará a desenvolverte con mayor confianza.

24/27

- LOC 2                    Háblale de frente a tu interlocutor, siempre mirándolo a los ojos, con mucha seguridad en ti mismo, pero evitando que esa seguridad se confunda con soberbia, pues si eso sucede date por descalificado.
- LOC 1                    Por tratarse de tu primer empleo, más que el aspecto económico, debe resaltar en ti el interés por el trabajo y por tu desarrollo profesional, pues anteponer los intereses económicos sobre los profesionales es otra causa de fracaso en la entrevista de trabajo.
- LOC 2                    Grábate esto: hacer un buen papel en la entrevista de empleo es importantísimo, pues aunque tú no seas el elegido conseguirás formar parte de la cartera de la empresa para ser tomado en cuenta en una próxima oportunidad, o bien podrás ser promovido en otras organizaciones.

**OP. ENTRA CÁPSULA No 3 EN CORTE DIRECTO.**  
**DURACIÓN 1 MINUTO.**

**OP. SALE CÁPSULA ENTRA MÚSICA CD-8 T-03 QUE FONDEA A LOCUTORES CON EFECTO DE VOZ DIFERENTE.**

25/27

LOC 1

Ahora tu panorama laboral es más claro. Ya conoces las áreas básicas de trabajo, entre los que están los medios de comunicación, la docencia, y la comunicación social, por mencionar algunas.

También sabes cuáles son aquellas otras funciones que comienzan a consolidarse como parte del mercado laboral, entre ellas se encuentran la comunicación organizacional, la comunicación política y las áreas comercial y de servicios. Tener datos sobre el campo laboral, adicionales a los que te brindan tus profesores y el plan de estudios te será de mucha utilidad. Pero no te confíes. Te espera un reto muy difícil de vencer.

LOC 2

Recuerda que como egresado de la Carrera de Comunicación y Periodismo contarás con los conocimientos y habilidades necesarias para desempeñarte no sólo en los medios, sino en muchas otras actividades relacionadas con tu perfil profesional.

LOC 1

Sin embargo, para destacar tendrás que estar bien preparado y en constante actualización. No olvides que el aprendizaje nunca es suficiente, sobre todo cuando tu profesión es una de las más saturadas en el país.

26/27

El mundo de las profesiones exige que tengas una mentalidad positiva. Si las oportunidades de trabajo no llegan a ti, tú puedes crearlas. No lo dudes. Tienes todo para conseguirlo.

**OP. SALE MÚSICA. ENTRA EFECTO DE RUIDO EN CORTE DIRECTO SE LIGA CON LOCUTOR CON MAYOR DISTORSIÓN**

Conexión Universitaria despide su reportaje Más Allá de los Medios gracias por tu atención ...¡y mucha suerte!

**OP. ENTRA EFECTO DE DESCARGA ELÉCTRICA. SE LIGA CON CD-11 T-01 SEG. 23 QUEDA DE FONDO.**

LOC 3

Más allá de los medios.

Producción: Gilberto Escobar

Voces: Sol Rivera

Dagmar Ruiz

Y

Alberto Pérez

Dramatización: Israel Rodríguez

Y

Noé Ramírez

Controles técnicos : Antonio Serrano

27/27

**OP. ENTRA RÚBRICA EN CORTE DIRECTO. SUBE BAJA Y FONDEA.**

LOC 1

Conexión Universitaria

LOC 2

El punto donde convergen los  
profesionistas del mañana.

**OP. SUBE RÚBRICA SE MANTIENE 5 SEGUNDOS. BAJA Y DESAPARECE. ENTRA EN CORTE DIRECTO EFECTO DESCARGA ELÉCTRICA. SE LLEVA LA MÚSICA....FIN.**

## CONCLUSIONES

El conocimiento y análisis del campo laboral es una tarea fundamental en la formación del alumno de Comunicación y Periodismo de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón. Sobre este tema, el estudiante obtiene la información necesaria a través de folletos informativos que realizan y distribuyen las autoridades académicas correspondientes. El servicio social y las visitas guiadas a las empresas de comunicación son también fuentes de información valiosas. Los jóvenes que cursan esta carrera también reciben orientación de los profesores quienes en clase, frente a grupo, transmiten sus conocimientos acerca de la situación del mercado de trabajo y de las funciones y actividades que el egresado puede realizar al término de sus estudios profesionales. Pero existe otra vía mediante la cual, el futuro comunicólogo de Aragón puede conocer más sobre la situación que le aguarda en la vida profesional, se trata de la investigación personal, que es aquella que el alumno realiza por cuenta propia. En esta última opción podemos citar, entre otras fuentes, documentos de consulta que tratan el tema del campo laboral, como es el caso del presente reportaje.

El campo de trabajo para la Carrera de Comunicación y Periodismo se encuentra principalmente en los medios masivos de comunicación, y aunque esta industria ha crecido a pasos agigantados en México y el resto del mundo, lo cierto es que tal desarrollo no es suficiente para satisfacer la demanda de empleo de los miles de comunicólogos que cada año egresan tanto de la ENEP Aragón como de otras universidades del país.

Existen otras áreas del campo de trabajo como la propaganda, la publicidad, la comunicación social, y las relaciones públicas, por citar algunas, en las que muchos egresados laboran actualmente. La Universidad Nacional Autónoma de México y la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, a través de su sistema de enseñanza le brinda al egresado de Comunicación y Periodismo la posibilidad de desenvolverse satisfactoriamente tanto en los medios como fuera de ellos. Esta situación es tan cierta que actualmente la mayoría de los egresados de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón podrían estar ejerciendo fuera de la prensa, la radio y la televisión.

Lo anterior podría quedar demostrado a partir de los sondeos realizados durante este trabajo de investigación, mismos que arrojan como resultado que hoy en día sólo la tercera parte de los egresados de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón que ejercen la carrera trabaja dentro de los medios masivos de comunicación, el resto lo hace en otras áreas del campo laboral entre las que destaca la docencia como la actividad más frecuente.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Los futuros comunicólogos de la ENEP Aragón tienen pocas probabilidades de ejercer su carrera dentro de los medios masivos de comunicación, no obstante dentro de su *PANORAMA LABORAL*, sigue siendo ésta el área de trabajo de mayor interés. Así tenemos que las actividades favoritas de los alumnos de Comunicación y Periodismo son la producción en radio y televisión, al igual que el periodismo en medios impresos y electrónicos. Esta situación contrasta con la realidad laboral de los egresados pues, como se mencionó anteriormente, la mayoría de ellos se desempeña fuera de los medios.

Al saber más acerca del campo de trabajo, el alumno no sólo reforzará su formación académica, sino también ampliará su *PANORAMA LABORAL*. Así podrá saber cuáles son las funciones en las que tendrá mayores probabilidades de colocarse y cuáles son aquellas en las que el acceso es más limitado. Asimismo conocer y analizar el campo laboral también le permitirá al futuro comunicólogo de Aragón detectar esas otras alternativas de trabajo fuera de los medios que no están contempladas dentro del plan de estudios para la Carrera de Comunicación y Periodismo pero que actualmente, por ser actividades que el egresado puede desempeñar gracias a su perfil vocacional y profesional, comienzan a formar parte del campo laboral para esta licenciatura.

Entre las actividades que no están contempladas como parte del campo laboral para la Carrera de Comunicación y Periodismo se encuentran la administración pública, la atención a clientes, la capacitación, elaboración de páginas de internet, el marketing y el ejecutivo de cuenta. Todas ellas son funciones que solicitan los servicios del comunicólogo, son también puestos de trabajo en los que no es difícil encontrar egresados de la ENEP Aragón. A partir de esta reflexión se establece que las áreas de trabajo mencionadas en el presente párrafo podrían contemplarse ya como parte del campo de trabajo para la licenciatura en cuestión.

Si bien es cierto que la Carrera de Comunicación y Periodismo ofrece un campo de trabajo amplio y diverso, también lo es que para tener posibilidades de éxito, el egresado deberá estar bien preparado, sobre todo si su interés profesional está orientado hacia las áreas más saturadas. En este sentido el mundo profesional exige una serie de cualidades sin las cuales el egresado difícilmente podrá competir dentro del terreno laboral. El dominio del idioma inglés, así como los conocimientos en materia de computación son herramientas indispensables en el joven profesionista que sale a buscar empleo. Además, los especialistas en bolsa de trabajo coinciden en que la mentalidad con que el egresado enfrente la competencia laboral también será decisiva dentro de sus aspiraciones. El joven profesionista deberá

adoptar una actitud positiva y emprendedora, misma que es necesario fomentar desde los salones de clase.

Tener una actitud positiva significa, entre otras cosas, vivir en constante preparación. Los estudios complementarios a la licenciatura y la actualización permanente son parte crucial en este proceso. El egresado que comienza a buscar trabajo debe tener en mente también que el campo laboral requiere profesionales versátiles, creativos, preparados para adaptarse a los cambios constantes, con iniciativa y espíritu de servicio. Asimismo, es aconsejable, sobre todo cuando se trata del primer empleo, preocuparse por el aspecto profesional más que por el económico.

Para poder competir profesionalmente no basta conocer el campo de acción de la Carrera de Comunicación y Periodismo, estar bien preparado académicamente, y tener una actitud positiva. Existe otro aspecto sumamente importante al que pocos egresados le dan la importancia merecida. Se trata de la planeación de la búsqueda de empleo, ejercicio en el que juegan un papel preponderante la preparación del curriculum vitae y la entrevista de trabajo.

Ya que este reportaje está dirigido principalmente a los alumnos de la Carrera de Comunicación y Periodismo, la información referente al tema de la entrevista y el curriculum se concentra en la búsqueda del primer trabajo. Sin embargo, las recomendaciones vertidas a través de los expertos en reclutamiento y selección de personal resultan útiles también para aquellos egresados que ya han tenido la oportunidad de ejercer profesionalmente, pero que en el presente no cuentan con empleo y están en espera de colocarse nuevamente.

Luego de conocer y analizar la situación del campo laboral, el curriculum y la entrevista de trabajo son los dos siguientes pasos en el camino de la competencia profesional. El curriculum vitae es el documento en el que el egresado plasma por escrito sus datos personales, así como todo lo referente a su experiencia académica y laboral. Por tratarse del primer contacto entre el aspirante y la empresa, es necesario también incluir información referente a las características y habilidades particulares que caracterizan al egresado, así como los objetivos profesionales y personales. El contenido del curriculum deberá ser breve y conciso, y estará enfocado directamente al puesto solicitado. Cabe recordar que su principal objetivo es despertar el interés de la empresa sobre el solicitante, sin crear falsas expectativas, es decir, los datos que contenga tendrán que ser verídicos.

Durante la entrevista de trabajo el egresado respaldará la información que proporcionó en el curriculum vitae. Por su parte el empleador comprobará si el solicitante es la persona que busca, para lo cual evaluará aspectos adicionales como son: la presentación, los rasgos generales de personalidad, y la actitud, entre otros. La entrevista es un paso decisivo en la búsqueda de empleo, por eso el aspirante deberá llegar a ella bien preparado, en este sentido, contar con información sobre la empresa y el puesto solicitado le será de gran utilidad.

Aprender a planear la búsqueda de trabajo es una tarea que el alumno debe llevar a cabo durante su formación académica, probablemente en los últimos semestres de la licenciatura, de esta manera estará mejor preparado para competir en el mercado laboral una vez que haya finalizado sus estudios.

Al proporcionar información acerca del *PANORAMA LABORAL* para la Carrera de Comunicación y Periodismo, así como la que se refiere al campo de trabajo, este reportaje no pretende crear una fórmula que resuelva el problema de la escasez de empleo en la que es una de las carreras universitarias más saturadas en México. No obstante el principal objetivo de ofrecer a los alumnos información adicional a la que les brindan los profesores, planes y programas de estudio, para hacer de su encuentro con el mundo profesional una experiencia menos difícil, se cumple satisfactoriamente.

Sin embargo, *MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS* es una investigación que seguramente dejará preguntas en el aire sobre un tema tan complejo y trascendente como lo es *EL PANORAMA LABORAL PARA LA CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO*, mismo que se puede abordar desde diversas perspectivas. Se trata también de un documento cuya vigencia quizá se limite a un período corto, pero que puede servir como punto de partida para la realización de futuras investigaciones en las que podrían participar tanto los alumnos y egresados como el personal académico y administrativo de la ENEP Aragón.

## GLOSARIO

**Comunicación:** Es un proceso de intercambio de ideas entre dos o más personas, y surge a partir de una necesidad social del hombre. Decimos que es un proceso porque no tiene fin. En un acto comunicativo tanto emisor como receptor desempeñan las mismas funciones: codificar y decodificar mensajes. Es decir, para que exista una verdadera comunicación, el que emite el mensaje tiene que recibir respuesta. Esto hace de la comunicación un ciclo interminable, un proceso.<sup>15</sup>

Los elementos que intervienen en un proceso de comunicación son: *emisor*, individuo, grupo o institución que elabora un mensaje; *mensaje*, es el que nos aparece a los sentidos, contenido fundamental de algo; *códigos*, son las reglas para la elaboración de mensajes; *medios y recursos*, es el medio que sirve para transmitir, con sus alcances y limitaciones, así como los recursos materiales empleados; *referente*, es el tema del mensaje, aquello a lo que se alude; *marco de referencia*, es el contexto inmediato que influye en la interpretación del mensaje, y *receptor*, que es el individuo, grupo o institución que recibe el mensaje.<sup>16</sup>

**Comunicólogo:** Profesional de los medios de comunicación social.<sup>17</sup>

**Periodismo:** Es la actividad que tiene por objeto la información de aspectos de interés general, cuya repetitividad es periódica. Existe el *periodismo ideológico* o político, que es el que se caracteriza por difundir las corrientes ideológicas de un sistema; el *periodismo informativo* que publica especialmente el mundo de las noticias, reportajes, entrevistas y crónicas, en las que el periodista tiene la obligación de presentarlos imparcial y verazmente; el *periodismo interpretativo*, que es el que ofrece artículos, editoriales, comentarios y críticas para explicar hechos y plasmar ideas a fondo; *periodismo sensacionalista*, se especializa en informar sucesos trágicos y escándalos de todo tipo; *periodismo especializado*, que se caracteriza porque su información se refiere fundamentalmente a un tema concreto, y se dirige a un público determinado que le interesa.<sup>18</sup>

**Perfil profesional:** Es el conjunto de rasgos formativo-disciplinarios que definen de manera formal a una profesión determinada con base en las tipologías ocupacionales, las necesidades sociales y la mística de la misión institucional. En otras palabras, el perfil profesional se conforma por el conjunto de conocimientos y capacidades que adquieren los egresados mediante el plan de estudios, mismas que son determinadas por las condiciones del mercado de trabajo. Cabe señalar que en la

<sup>15</sup> Prieto, Manuel, Elementos para el análisis de mensajes, p 18.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

<sup>17</sup> De Sousa, José, Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo, p 119.

<sup>18</sup> González, Carlos, Principios básicos de Comunicación en México, p 36.

formación del perfil profesional intervienen, además de la formación académica, las aptitudes y capacidades naturales del estudiante, es decir, su *perfil vocacional*.<sup>19</sup>

**Campo laboral:** Dentro de una sociedad existen diversos planes de producción según los cuales se delimitan sectores económicos para que cada trabajador se ocupe sistemáticamente de sólo una parte bien definida de acuerdo a las aptitudes, conocimientos y cantidad de demanda que requieren las condiciones económicas de cada país.<sup>20</sup>

**Fuente de trabajo:** Es creada por la demanda de mano de obra de cada sector económico que permite generar un flujo positivo denominado ingreso.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Castaño, A.D. Prospectiva del ejercicio profesional de la psicología en México. s/p.

<sup>20</sup> V. Saenz, Andrés. Sociedad y Economía, p. 126.

<sup>21</sup> *Ibidem*, p. 388.

**FUENTES DE CONSULTA**

## BIBLIOGRÁFICAS

L. Holland, John. **Técnica de la orientación vocacional, tipos de personalidad y modelos ambientales.** Trillas, México 1975. 138 pp.

Oliver H, Rogelio. **Elección de carrera.** Limusa, México 1973. 420 pp.

Rivas Ontiveros, René y Sánchez Gudiño, Hugo (coordinadores). **La UNAM Campus Aragón. Reflexiones y testimonios de dos décadas.** UNAM, México 1997 212 pp.

Sánchez Gudiño, Hugo. **La UNAM Aragón frente al milenio que viene.** UNAM. ENEP Aragón, México 1995. 30 pp.

## HEMEROGRÁFICAS

Fundación Universidad del Norte. Programa de Psicología. **Folleto de instrucciones para la elaboración del perfil de preferencias vocacionales y la interpretación de los resultados.** 1989. 60 pp.

UNAM ENEP Aragón. **Plan de estudios para la Carrera de Comunicación y Periodismo Tomo I.** División de Estudios Profesionales. ENEP Aragón, México 1993. 120 pp.

Universidad Nacional Autónoma de México. **Guía de carreras.** UNAM. México, 1998. 505 pp.

## VIVAS

**Campa Landeros Mario**, jefe de redacción del periódico Excélsior. Entrevista directa. Tema: Funciones y actividades del egresado de Comunicación y Periodismo en el área de prensa. Marzo de 2001.

**Chávez Guzmán Moisés**, académico de la ENEP Aragón. Decano de la Carrera de Comunicación y Periodismo y miembro del Comité de Carrera. Entrevista directa. Tema: El desarrollo de la ENEP Aragón a través de sus veinticinco años de historia. Mayo de 2001.

**Chávez Sosa Martha Patricia**, jefa de la Carrera de Comunicación y Periodismo , ENEP Aragón. Entrevista directa. Tema: La información que brinda la ENEP

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Aragón a los alumnos de Comunicación y Periodismo** acerca del campo de trabajo. Febrero de 2001.

**Lugo Miguel**, especialista en bolsa de trabajo, Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos, A.C. Entrevista directa. Tema: Exigencias del campo de trabajo. Enero de 2001.

**Martínez Fraga Jorge**, académico de la ENEP Aragón. Coordinador del Curso-Taller para la elaboración de tesis en la modalidad de prensa. Entrevista directa. Tema: La actitud profesional del egresado de Comunicación y Periodismo. Abril de 2001.

**Pineda Jiménez Esbeide**, asesora del Grupo Consulting, empresa especializada en bolsa de trabajo. Entrevista directa. Tema: Comportamiento del campo laboral actual, y la entrevista de trabajo. Enero de 2001.

**Román Medina Freddy**, gerente de comunicación, Teléfonos de México. Entrevista directa. Tema: El egresado de Comunicación y Periodismo de la ENEP Aragón y el campo de trabajo. Agosto de 2001.

**Viguera Moreno Susana**, jefa de la Unidad de Apoyo Pedagógico, ENEP Aragón. Entrevista en vivo. Tema: Perfil vocacional y perfil profesional. Marzo de 2001.

## **INTERNET**

[www.unam.com.mx](http://www.unam.com.mx). Fecha de consulta: febrero de 2001.