

CAMPO PROFESIONAL Y MERCADOS LABORALES OBJETIVOS GENERALES DE LA INVESTIGACION

- 1.- Describir, caracterizar y analizar las tendencias del campo profesional y de los mercados laborales y de las creencias y expectativas de los diversos actores involucrados en las actividades de comunicación en América Latina, con el fin de reconocer las necesidades de formación y de ofrecer bases para el desarrollo curricular en las Escuelas y Facultades de Comunicación del continente. Con ello se busca además establecer un vínculo de comunicación permanente y deseable entre escuelas y empleadores.
- 2.- A partir de este trabajo, buscar la forma de establecer mecanismos para realizar estudios comparativos en el continente, así como con otros campos profesionales.
- 3.- Contrastar lo que "se quiere ser", lo que "se aprende", lo que "se hace", lo que se "podría hacer", lo que se "necesitaría hacer" en el campo de las comunicaciones.
- 4.- Detectar las tendencias del mercado profesional en comunicación en los últimos diez años.
- 5.- Reconocer actividades emergentes en el campo de las comunicaciones.
- 6.- Describir los procesos y transformaciones en la formación y profesionalización de la comunicación en los años de actividades de FELAFACS.
- 7.- Analizar las diferentes expectativas sobre actividades profesionales como marco para las decisiones futuras sobre procesos de formación.

DIMENSIONES DEL ESTUDIO

El proyecto inicial habla de cinco áreas fundamentales del proyecto. Hasta el momento se tienen desarrolladas dos, mismas que hay que terminar para el mes de diciembre, aunque se mencionan las otras tres:

1.- Información de referencia: Su objetivo es obtener una base lo más completa posible de las tendencias de formación de los últimos diez años en las diversas Facultades de Comunicación de América Latina. Considera como sus **principales categorías de estudio:** áreas de especialización de las facultades; sus currículos y modificaciones; estudiantes inscritos y/o graduados en cada área; títulos de los trabajos de licenciatura por área; documentos producidos sobre mercado profesional; actividades de práctica (**¿servicio social?**), número de inscritos por áreas, entidades donde se realiza la práctica (**¿servicio social?**) etc. La utilidad inmediata de este trabajo es la descripción general de las constantes y transformaciones de la actividad profesional desde el punto de vista académico. El método de recolección es una breve encuesta a todas las Facultades y Escuelas de comunicación en América Latina. Los documentos se analizarán cuando sea pertinente. **Se anexa propuesta, misma que puede ampliarse de acuerdo con las necesidades del CONEICC y de cada escuela en particular.**

2.- Inserción en el mercado laboral: Su objetivo es conocer las actividades profesionales de los egresados de una muestra de Facultades de América Latina. Las **principales categorías de estudio son:** egresados, sexo, titulados o no, área profesional, otras especializaciones, entidades donde trabajan (privada o pública), campo de trabajo, área dentro de la entidad, cargo, expectativas de trabajo, coherencia con estudios, otros comunicadores en esa entidad. La utilidad inmediata del trabajo es la realización de directorios profesionales de los últimos diez años de algunas Facultades y Escuelas en América Latina, necesarios tanto para las propias Facultades y escuelas como para las

asociaciones de egresados. El **método de trabajo** será a partir de una muestra representativa, tomando en cuenta todos los países de América Latina y el número de Facultades y Escuelas por ciudad y país. Será necesario contar con un equipo de trabajo en cada Escuela o Facultad escogida, mismo que debe entrenarse previamente para la recolección de la información. Asimismo, para alcanzar este objetivo el CONEICC impartirá dos talleres sobre el tema con las escuelas seleccionadas. **Se anexa la propuesta, en la inteligencia de que el cuestionario definitivo lo enviará próximamente Joaquín Sánchez, coordinador general de la investigación.**

3.- Expectativas y necesidades del mercado, cuyo objetivo es reconocer las necesidades y expectativas de los mercados profesionales de la comunicación: formación, áreas de acción, conocimientos y habilidades básicas etc.

4.- Creencias y expectativas académicas, cuyo objetivo es conocer las creencias y expectativas de estudiantes, egresados, grupos de profesores y directivos sobre las actividades profesionales de la comunicación.

5.- Análisis de la información, cuyo objetivo es la preparación de informes específicos correspondientes a cada etapa y elaboración de un informe global en donde se contrasten los datos y se interpreten en función de la definición de políticas generales y específicas para la formación de comunicadores sociales en América Latina.

Parte de la información que se incluirá en estas tres etapas podrá recolectarse a partir de los talleres nacionales que organizará el CONEICC.

CUESTIONARIO TENTATIVO PARA EGRESADOS

I.- DATOS GENERALES:

1.- Nombre completo _____

2.- Domicilio particular _____

3.- Teléfono _____ Fax _____ E-Mail _____

4.- Domicilio oficina _____

5.- Teléfono _____ Fax _____ E-Mail _____

6.- Sexo Femenino _____ Masculino _____

7.- Estado civil Casado _____ Soltero _____ Otros _____

8.- Fecha de nacimiento Año _____ Mes _____ Día _____

II.- ESCOLARIDAD:

Grado	Ingreso	Egreso	Institución	Especialidad
Licenciatura				
Especializac.				
Maestría				
Doctorado				

III.- ACTIVIDAD PROFESIONAL:

9.- ¿Trabaja usted actualmente? Sí _____ No _____

En caso de que su respuesta sea negativa señale las razones:

a) Soy ama de casa _____

b) Estudio _____

c) No consigo trabajo _____

d) Quedé desempleado _____

e) Otros (especifique) _____

10.- ¿Cuál es la principal actividad profesional a la que se dedica? _____

11.- Puesto _____

12.- Este trabajo lo realiza como:

a) Empleado _____

Nombre de la empresa o institución _____

Privada _____ Pública _____ Sin fines de lucro _____

b) Trabajo profesional por cuenta propia (freelance) _____

c) Dueño de negocio propio _____

Nombre y definición del negocio _____

13.- Si se dedica a otras actividades profesionales mencione cuáles

14.- Califique usted la formación recibida en la universidad y su utilidad en el trabajo que actualmente desempeña en cuanto a:

	Muy buena	Buena	Regular	Mala
Formación básica o general				
Form. especializ. profesional				
Servicio social				
Tesis				

15.- ¿Considera usted que ha sido necesaria su carrera de comunicación para el trabajo que actualmente desempeña?

Sí _____ No _____

16.- Mencione tres aspectos positivos de su formación universitaria:

17.- Mencione tres aspectos negativos de su formación universitaria:

18.- ¿Qué conocimientos y/o habilidades requeriría actualmente para el ejercicio profesional? _____

ENCUESTA PARA UNIVERSIDADES

- 1.- Universidad _____
- 2.- Facultad/Escuela/Depto./Carrera _____
- 3.- Nombre del Director _____
- 4.- Domicilio _____
- 5.- Apartado Postal _____ Ciudad _____ País _____
- 6.- Teléfonos _____ Fax _____ E-Mail _____
- 7.- Carácter de la Universidad Privada ___ Pública ___
- 8.- Duración de la carrera en años _____
- 9.- Número de alumnos inscritos en el último ciclo académico _____
- 10.- Número de egresados _____
- 11.- Número de titulados _____

Áreas de orientación o subsistemas	Número de estudiantes actuales	Número de egresados

- 12.- Total de profesores:
Tiempo completo _____
Medio tiempo _____
Asignatura _____

- 13.- Formación académica del Profesorado:

	T.C.	M.T.	ASIG.
--	------	------	-------

Pasante carrera de comunicación			
Pasante de otras carreras			
Licenciatura en comunicación			
Licenciatura otras carreras			
Maestría en comunicación			
Maestría en otras áreas			
Doctorado en comunicación			
Doctorado en otras áreas			

14.- Prácticas profesionales (¿servicio social? a discutir):

- a) Orientación _____
b) Semestre _____
c) Tipo de organización _____
d) Duración: un año _____ un semestre _____ Menos _____
e) Remuneración: Sí _____ No _____

15.- Recursos de la Escuela o Facultad:

- a) Biblioteca: General _____ Especializada _____
b) Centro de Documentación _____
c) Otros recursos:
Computadoras para profesores _____
Computadoras para alumnos _____
Estudio de Grabación _____
Estudio de Televisión _____
Sala de Redacción _____
Laboratorio de Fotografía _____
Laboratorio de Cine _____
Emisora _____
Otros (especificar) _____

CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES

Marzo/Abril: Preparación de materiales por parte de las Escuelas y Facultades, sobre todo lo relacionado con los listados de egresados.

Abril/Mayo: Talleres y preparación de las escuelas y Facultades para iniciar la investigación.

Junio/Julio/Agosto: Aplicación del cuestionario

Septiembre: Codificación de las encuestas

Septiembre/Octubre: Interpretación de los datos y Talleres para discutir los primeros resultados.

Noviembre/Diciembre: Informe final de la aplicación de la encuesta a egresados.

LA MUESTRA

Se consideró que su afinación y descripción se discutiría en talleres. De cualquier manera, es importante tomar en cuenta variables como:

- a) Carácter de las Universidades participantes (público/privado)
- b) Ponderar por especialidades cursadas por los egresados, así como los años de ingreso y egreso.
- c) Considerar la zonificación del país, de tal manera que todas o la mayoría de las regiones estén más o menos representadas, puesto que es deseable que participe el mayor número de escuelas y facultades.
- d) Organizar la información por intervalos de cinco años. Para efectos de la encuesta latinoamericana debe haber por lo menos dos (84-88 y 89-93); se sugiere a las escuelas que incluyan por lo menos otros dos (74-78 y 79-83) y, de ser posible, lo más atrás que se pueda.

ALGUNAS PROPUESTAS PARA LOS TALLERES:

REQUISITOS PARA PARTICIPAR:

1.- Contar con un listado básico de egresados de la Escuela o Facultad, no necesariamente terminado para la fecha en que se inicie el taller, aunque con posibilidades de terminarlo cuando se inicie la investigación. Este listado deberá incluir los datos básicos (nombre, domicilios, teléfonos), así como años de ingreso y egreso, especialidad o subsistema cursados, si están o no titulados y campo profesional al que se dedican.

2.- Que la Escuela o Facultad conceda tiempo razonable a un investigador o un profesor, para que, con apoyo de los estudiantes, lleve a cabo la investigación.

3.- Invitar a Escuelas o Facultades importantes, aunque no pertenezcan al CONEICC (creo que la única que estaría en este caso es la Autónoma de Guadalajara).

CONSIDERACIONES PARA LAS ESCUELAS Y/O FACULTADES:

1.- Participará un profesor por Facultad o Escuela, que cuente con un avance considerable en su listado de egresados. Sería recomendable que también llevaran la información que se está solicitando a cada Escuela o Facultad; de aquí pueden hacerse algunas comparaciones interesantes.

2.- En el taller se presentará la encuesta latinoamericana para motivación de los asistentes, considerando que pueden añadirse preguntas adicionales por país, zona o universidad. En caso de decidir añadir algunas preguntas de carácter nacional, sugiero que haya una reunión previa al respecto, en la que participen las partes involucradas en el proyecto: CONEICC, coordinador nacional y asesores de talleres.

3.- Los talleres buscarán resolver problemas sobre cómo hacer la investigación, particularmente en lo que se refiere a la localización de los egresados, al análisis de la información y a la necesidad de añadir más preguntas al cuestionario.

4.- El Taller también está considerado como un espacio para obtener información, por lo que se complementará con un seminario en el que se invite a diversos públicos a discutir la problemática de los mercados profesionales del comunicador. Tentativamente se piensa en alumnos, investigadores, empleadores y profesionales del medio.

Para el caso de México, en principio se considera que el Taller con profesores se lleve a cabo los días jueves y viernes seleccionados, dejando el sábado para realizar el seminario.

5.- El Taller será impartido por el Coordinador Nacional del proyecto y un asesor, quienes se encargarán de recabar la información resultante y de sistematizarla para su utilización adecuada por parte del CONEICC y eventualmente de FELAFACS.