

FORMACION DE RECURSOS HUMANOS EN
COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

DIAGNOSTICO DE LA FORMACION Y EJERCICIO PROFESIONAL:

PROYECTO

1.- OBJETIVOS GENERALES:

- 1.1. Identificar el ejercicio profesional de los egresados en comunicación social, con el fin de obtener -- elementos de juicio para el establecimiento de una -- estrategia de formación profesional que promueva una práctica orientada a la comunicación social para el desarrollo.
- 1.2. Analizar la evolución histórica de la enseñanza y -- las prácticas profesionales de la comunicación.
- 1.3. Definir las características de la enseñanza de la -- comunicación (caso México) como elemento vinculado a la práctica profesional.
- 1.4. Identificar los diversos métodos empleados para el -- diseño curricular en las escuelas de comunicación.
- 1.5. Identificar el impacto real que la enseñanza y las -- prácticas profesionales de la comunicación.
 - 1.5.1. Identificar las condiciones del mercado de -- trabajo que han determinado la situación ac-- tual de la práctica.
 - 1.5.2. Identificar el volumen y la distribución de -- la fuerza laboral en el mercado de trabajo de la comunicación, con el fin de evaluar su im-- portancia en el conjunto de las fuerzas produc-- tivas del país.
 - 1.5.3. Identificar el perfil político, ético, cultu-- ral y socioeconómico, de los comunicadores.

B. Solís

- 1.5.4. Analizar el nivel organizativo de los comunicadores (en sindicatos, gremios, etc.) en la actualidad y sus perspectivas de integración a los procesos de desarrollo de los comunicadores.
- 1.6. Analizar la correspondencia existente entre el diseño curricular, la práctica educativa y el ejercicio profesional y la vinculación de éstos con las necesidades de desarrollo del país.
- 1.7. Identificar las características del modelo de desarrollo seguido en el país, y su concreción en el modelo de comunicación (desarrollo de los medios y organismos de comunicación) que han determinado el tipo de práctica profesional vigente.

2. ETAPAS:

2.1. ANALISIS DE ESTUDIOS PREVIOS SOBRE LA FORMACION DE LOS COMUNICADORES Y LA PRACTICA COMUNICATIVA.

En esta actividad se pretenden identificar los aportes teóricos y metodológicos que ofrecen otros estudios hechos sobre el objeto de la presente investigación, tanto en México como a nivel regional en América Latina.

Los estudios que se recopilen complementarán y orientarán la información obtenida en el estudio de caso nacional. Permitirán también contextualizar los resultados del caso nacional y confrontarlos con experiencias de formación profesional de otros países.

2.1.1. Actividades:

- 2.1.1.1. Búsqueda, selección y análisis de estudios realizados en México y otros Países (regionales e internacionales).
Subproducto: Inventario de bibliografía con su ficha técnica.

2.1.1.2. Confrontación y síntesis de los estudios nacionales y extranjeros en un documento de resultados y conclusiones. Subproducto; texto para su circulación y evaluación a nivel nacional y regional.

2.2. ANALISIS HISTORICO DEL EJERCICIO PROFESIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL EN MEXICO.

Este apartado tiene por objeto el realizar un estudio documental, con el cual se intentará determinar la inserción de la profesión en la estructura social así como las funciones que ha asumido históricamente en el país. Asimismo, se analizarán los cambios ocurridos tanto en la formación de profesionales como en el mercado de trabajo de la comunicación social. Para lograr lo anterior se propone estudiar la evolución de la comunicación social en México, en el contexto del desarrollo nacional e internacional, en los períodos considerados de mayor importancia para la evolución de los grandes medios de comunicación nacionales, a partir de los siguientes puntos:

- Condicionantes del devenir histórico nacional e internacional que han determinado el desarrollo y las funciones de la comunicación en México.
- Desarrollo de los medios y organismos de comunicación social en México: infraestructura, implantación de tecnología, financiamiento, organización, recursos humanos, etc.
- Legislación y políticas estatales sobre el ejercicio profesional.
- Desarrollo y situación actual de la fuerza de trabajo del país: distribución por sectores de la economía, capacitación, organización, etc.

2.3. ETAPA METODOLOGICA.

- 2.3.1. Establecer el marco de referencia de la investigación a partir de la información analizada de las etapas 2.1 y 2.2
- 2.3.2. Definir y caracterizar el universo de investigación a partir del inventario de instituciones.
- 2.3.3. Sistematizar las unidades de investigación para la obtención de una muestra representativa para el análisis de profundidad.
- 2.3.4. Definir Metodología de Investigación a partir del establecimiento de:
- Variables.
 - Unidades de Observación.
 - Definición operacional
 - Instrumentos de análisis
 - Elementos de control y de codificación.
- 2.3.5. Prueba piloto con muestra para definir y afinar instrumentos.
- 2.3.6. Definición de la metodología a seguir para el análisis de las siguientes etapas.
- 2.3.7. Evaluación de la metodología seleccionada a partir de un seminario con expertos.

2.4. ANALISIS DE LOS ACTUALES PLANES DE ESTUDIO EN LAS ESCUELAS DE COMUNICACION Y PERIODISMO.

El objetivo de esta actividad es conocer la racionalidad que subyace en los programas vigentes en las distintas escuelas de comunicación y periodismo del país, así como los métodos empleados en el diseño curricular.

Esta actividad servirá para detectar las características predominantes de estos planes de estudio, y la relación que guardan con el modelo económico y las --

necesidades sociales, cual es el papel que le otorgan al comunicador, que tipo de relación proponen entre emisor y receptor, cual es el concepto de comunicación, para qué y porqué se imparten estos cursos y cuales son, en definitiva, las orientaciones que se proponen y que modelo de comunicación buscan.

A partir del análisis de los programas, antecedentes y planes de estudio de cada escuela, se elaborará y aplicará una entrevista dirigida a los directivos, profesores y estudiantes de las escuelas elegidas. Estas actividades pretende aportar los elementos para el logro de los objetivos 1.1; 1.3; 1.4; 1.5 y 1.6.

2.4.1. Actividades.

2.4.1.1. Detección y enlace de escuelas. Subproducto: inventario de escuelas de comunicación.

2.4.1.2. Recopilación de programas de estudio de las carreras de comunicación, objetivos y contenidos de materias; antecedentes de las escuelas; tipo de financiamiento; relaciones con otras instituciones; bibliografía básica, etc.

2.4.1.3. Diseño de las Guías de entrevistas.

2.4.1.4. Distribución y aplicación en las entrevistas.

2.4.1.5. Recopilación y análisis de entrevistas.

2.4.1.6. Presentación de resultados y conclusiones.

2.4.2. Niveles de evaluación del currículum.

Para el cumplimiento del objetivo de esta etapa, los planes de estudio y la información recopilada se evaluará a partir de distintos niveles:

2.4.2.1. Nivel Institucional.- Análisis de la estructura institucional en que se encuentran inscritos los programas,- filosofía educativa y función social de la universidad, estructura normativa.

- 2.4.2.2. Procesos Académicos.
- Objetivos Educativos.
 - Sistema Institucional.
 - Estrategias Diácticas.
 - Sistemas de Evaluación.

- 2.4.2.3. Recursos Académicos.
- Materiales: instalaciones, bibliografía, apóyos didácticos, administración.
 - Humanos: Autoridades académicas, Autoridades administrativas.
 Docentes: número y características, mecanismos de formación y evaluación de profesores.
 - Alumnos: Número y características (nivel socioeconómico), Condiciones de ingreso, Espectativas.

2.4.2.4. Análisis de los Currícula
 No. de Créditos.
 Ordenación Temática.
 Apoyo bibliográfico.
 Temáticas.
 Importancia de cada contenido:
 Servicio que presta a otros contenidos.

Integración de conocimientos
previos.

• Niveles de complejidad.

Evaluación.

2.5. ESTUDIO SOBRE EL EJERCICIO PROFESIONAL VIGENTE DE LA COMUNICACION SOCIAL.

Sistematizar las prácticas profesionales de los comunicadores para ubicarlas, tipificarlas y establecer las líneas prospectivas para integrarlas en la planeación curricular.

En esta etapa se pretende analizar a los recursos humanos de la comunicación a través de su objeto de trabajo, los instrumentos o procesos técnicos que utilizan para ello, el espacio social al que se destina el producto de su trabajo y el ambiente en que ejerce su profesión. También, se propone analizar a los profesionales en cuanto a su nivel de capacitación para el trabajo, su perfil cultural socio-económico, político.

2.5.1. Niveles de Evaluación de la Práctica Profesional.

2.5.1.1.-Análisis de las prácticas profesionales.

-Prácticas dominantes.

-prácticas recesivas

-prácticas emergentes

-objeto: función o propósitos de las
prácticas profesionales.

-procesos técnicos: recursos técnicos
instrumentales
para las prácticas

-espacio social:destinatario de las
prácticas.

2.5.1.2.-Mercado de trabajo:

- Condiciones laborales que se ofrecen: salarios, honorarios, condiciones físicas del trabajo, prestaciones sociales, censura, etc.
- Distribución de puestos y salarios.
- Demanda de la fuerza de trabajo: mecanismos de selección y promoción del personal, exigencias educativas, exigencias de adscripción (sexo, edad, raza, extracción social, etc).
- Cantidad y distribución de los recursos humanos por sectores y ocupaciones.

2.5.1.3.-Perfil de la fuerza de trabajo:

- nivel de preparación para el trabajo
- nivel socio-económico
- escolaridad
- concepciones éticas y políticas.

2.5.1.4.-Indicadores

- Distribución y concentración (por zona y por función).
- Tipificación del tipo de práctica profesional específico por cada zona determinada.
- Tipificación de las características y necesidades sociales de cada zona, y confrontación con el tipo de práctica ejercida.
- Determinación de necesidades y vacíos a incluir en el curriculum.

2.6. ESTUDIO SOBRE LA ORGANIZACION PROFESIONAL COMO INSTRUMENTO DE CAMBIO.

De esta etapa se pretende identificar el nivel de -- organización de los profesionales de la comunicación en México y sus perspectivas de colaboración en un -- proyecto de comunicación para el desarrollo. Incluyendo el análisis de:

- 9
- Organizaciones sindicales y profesionales de la comunicación social (composición, reglamentos, etc.).
 - Trayectoria, poder de influencia y participación de tales organizaciones en la determinación de estrategias de comunicación para el desarrollo.
 - Perspectivas de integración a un proceso de cambio en las comunicaciones.