



Espacios Pùblicos

ISSN: 1665-8140

revista.espacios.publicos@gmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México

México

Cortés Romero, Edith; Constantino, Martha Angeles

Primera aproximación. Licenciatura en Comunicación. Seguimiento de egresados: Educación-Empleo

Espacios Pùblicos, vol. 9, núm. 17, febrero, 2006, pp. 495-514

Universidad Autónoma del Estado de México

Toluca, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67601735>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Primera aproximación. Licenciatura en Comunicación. Seguimiento de egresados: Educación–Empleo

*Edith Cortés Romero\**  
*Martha Angeles Constantino\*\**

## INTRODUCCIÓN

El *Seguimiento de Egresados* constituye una estrategia táctica que permite, con base en la situación laboral y profesional de los egresados, adecuar los planes de estudio-oferta, lo anterior tomando como base las tendencias nacionales y mundiales donde la reestructuración del mercado de trabajo se presenta bajo un esquema de flexibilización conformado por puestos de trabajo que difícilmente podrán ocuparse con una formación rígida y totalmente disciplinaria.

El panorama exige a la educación de nivel superior y posgrado, una adecuación de los procesos académicos, capacidades, habilidades y destrezas que desarrolla, a fin de que sus egresados cuenten con una formación sólida, socialmente útil y válida que les permita acceder con márgenes amplios de probabilidad, a las oportunidades de empleo.

Lo anterior pone de manifiesto la importancia que adquiere el *Seguimiento de Egresados* como mecanismo para vincular la formación académica de las instituciones con requerimientos laborales que el mercado de trabajo va presentando.

Independientemente de la utilidad que los estudios de *Seguimiento de Egresados* pueden reportar a la vida académica de las instituciones de educación superior, no existe un modelo único o políticas definidas para su diseño e instrumentación; que cada institución delimita y construye sus procesos a través del objetivo que se desea alcanzar.

\* Profesora de tiempo completo de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UAEAM.

\*\* Profesora de tiempo completo de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UAEAM.

Para este caso, el *Seguimiento de Egresados* permite reestructurar el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación con base en los criterios de flexibilización y de incorporación al mercado laboral.

## OBJETIVOS

### **General**

Determinar la ubicación, desempeño y desarrollo profesional de los egresados de la Licenciatura en Comunicación que cursaron el *Plan de Estudios 1995*, pertenecientes a las generaciones 1995-2000, 1996-2001, 1997-2002 y 1998-2003, a fin de analizar el impacto que la oferta educativa tiene en el mercado laboral, tendiente a apoyar el diseño y reestructuración curricular.

### **Particulares**

- Distinguir la inserción de los egresados en el mercado de trabajo que cuentan con la formación correspondiente al Plan de Estudios 1995,
- Conocer la ubicación laboral de los egresados, y
- Aplicar la opinión y experiencia que los egresados tienen sobre su formación laboral para la actualización y rediseño de los programas de estudio.

## METODOLOGÍA

### **Justificación**

El seguimiento de egresados es una estrategia evaluativa que permite conocer la

ubicación, desempeño y desarrollo profesional de los egresados de una carrera; además, éste posibilita el análisis del grado de adecuación o desfase existente entre la formación recibida y el mercado laboral, sus resultados aportan información significativa para la toma de decisiones a nivel curricular, aun cuando éstas deben considerar los resultados de otro tipo de trabajos como los estudios de mercado, opinión de especialistas, opinión de empleadores y un análisis riguroso de los planes de estudio.

### **Criterios**

El estudio de seguimiento de egresados se planteó bajo los siguientes criterios:

Selección subsecuente de egresados a partir de la generación 1995-2000 hasta la 1998-2001, es decir, el universo se concentra en las cuatro primeras generaciones resultantes del tercer plan de estudios de la licenciatura en la UAEM.

Aplicación de un sondeo de experiencia y opinión bajo criterios muestrales no probabilísticos y de selección intencional con base en categorías de sexo y pertenencia a la generación de egreso.

El seguimiento se ubica en el marco de la investigación educativa, sin demérito del aspecto descriptivo de los resultados.

### **Variables e indicadores**

Aun con la carencia de modelos válidos y uniformes, no sólo a nivel nacional sino también internacional, existe una especie de acuerdo tácito entre las diferentes insti-

tuciones del país, en el cual se establece que el modelo a utilizar debe contemplar al menos dos variables de estudio:

a) Medición del impacto de la formación en el mercado de trabajo, tendiente a establecer.

- Ritmos de inserción en el mercado de trabajo
- Tasas de ocupación y desempleo abierto
- Incorporación y ubicación en el mercado laboral
- Desempeño y desarrollo profesional

b) Valoración personal del egresado en relación con la formación recibida, en cuanto a:

- Conocimientos básicos
- Desarrollo de habilidades
- Factores involucrados en la formación profesional

## RESULTADOS DESCRIPTIVOS

### *Perfil de egreso*

En la experiencia de ingreso y de egreso de la licenciatura, se puede observar que tradicionalmente egresan más mujeres que hombres, y que en apariencia el género no es determinante de empleo, toda vez que dentro del seguimiento de egreso del plan de estudios 1995, los resultados indican que de los 80 entrevistados, 70 % de la población se encuentra empleada; de ese total 22.5 % son hombres y el 47.5 % mujeres; 30 % está desempleado o subempleado, es decir, desarrollan trabajos temporales sin correspondencia con los estudios adquiridos (taxi, comercio informal, fotografía, entre otros, ver tabla 1).

En relación con el egreso, el sueldo, el sexo y la titulación, las percepciones se concentran en el rango de 3 mil uno a 5 mil pesos mensuales, donde 3.3 % son hombres no titulados, 17.3 % son mujeres tituladas y 33.3 % mujeres no tituladas. En mención le siguen le rango de 5 mil uno a 7 mil pesos mensuales donde se concentra 21.7 % de hombres titulados, 3.3 % de no titulados; 17.3 % de mujeres tituladas y 10 % de no tituladas. Para el rango que va de mil quinientos a 3 mil pesos mensuales se registra 6.7 % de hombres no titulados, el 8.7 % de mujeres tituladas y 16.6 % de no tituladas. Dentro de los que tienen como percepción mensual menos de mil quinientos pesos 4.3 % corresponde a hombres titulados, 3.3 % a no titulados; 4.3 % a mujeres tituladas y 6.6 % a no tituladas (ver tabla 2).

En lo que se refiere a las percepciones de 9 mil uno a 11 mil pesos 4.34 % corresponde a hombres titulados, 8.7 % son mujeres tituladas y el 3.3 % no tituladas. El resto de los entrevistados se situaron de forma minoritaria dentro de otros rangos.

Los datos reflejan que la titulación para los varones es un factor de importancia para la obtención de ingresos, mientras que en el caso de las mujeres no resulta tan determinante.

### *Medición del impacto de la formación en el mercado de trabajo*

#### **Ritmos de inserción en el mercado**

De los entrevistados que cuentan con empleo, 28.8 % está titulado, 41.2 % aún no se titula. Asimismo, en lo que respecta al 30 % que se encuentra en condiciones de desempleo, 7.5 % corresponde a profesionistas que

cuentan con el título y 22.5 % no están titulado o se encuentran en proceso de titulación (ver tabla 3).

Aparentemente la titulación no es una variable determinante del empleo, si se considera que menos de la cuarta parte de los entrevistados corresponde a desempleados no titulados, no obstante, esa proporción corresponde al 75 % de los desempleados y 16.5 % de los egresados desempleados manifestó la falta de titulación como causa principal de desempleo.

### Tasas de ocupación y desempleo abierto

Dentro de los motivos para el desempleo señalados por los entrevistados se encuentran en 25 % la ausencia de mercado laboral, es decir, no encuentran empleo; 8.3 % considera que corresponde a una falta de oportunidades y 50 % señaló con menor frecuencia otras causas (ver tabla 4).

En este caso, la primera mención se relaciona con lo que en estudios de campo profesional y mercado laboral ha sido determinado como el desfase entre planes de estudio y campo de trabajo. Lo anterior se observa en la tradición de las universidades mexicanas por perfilar a los egresados hacia el periodismo como sinónimo de comunicación, aunado a la confusión que existe respecto a las funciones que desempeña el profesionista de la comunicación.

Los mercados laborales en Comunicación se están reestructurando en función de la iniciativa privada y el sector público, y si bien ambos incluyen los medios, ya se em-

pieza a observar un especial interés por la comunicación organizacional y las relaciones públicas, si esto se traduce en tiempo, en cinco años serán áreas de importancia para los mercados y los campos laborales del profesionista en comunicación.

### Incorporación y ubicación en el mercado laboral

De los egresados que cuentan con un empleo, 37.5 % se concentra en la iniciativa privada, 21.4 % se desempeña dentro del sector educativo, 17.9 % trabaja para el gobierno estatal, 12.5 % en organismos públicos, 7.1 % trabaja para el gobierno municipal y 3.6 % se integra a otros sectores (ver tabla 5).

Para el caso de los egresados que cursaron el *Plan de Estudios 1995*, en comparación con otras generaciones antecedentes, se puede constatar que su inserción no se concentraba en los medios, si no en la iniciativa privada y el sector educativo, seguido del sector público.

Sin embargo, bajo criterios cualitativos, es importante considerar que la producción mediática es una de las competencias que los empleadores consideran como básica e inherente con la identificación del profesionista de la comunicación.

En este caso, pensando en un mercado laboral creciente dentro del sector educativo resulta importante impulsar a través de los contenidos programáticos, por una parte la titulación y por otra abrir la puerta al posgrado, de tal manera que, a través de la prestación del servicio social y las prácti-

cas profesionales en investigaciones, el alumno puede reconocer el interés auténtico por desarrollar competencias que le permitan aplicar principios, postulados, leyes, métodos y técnicas fundamentales del quehacer científico.

### **Desempeño y desarrollo profesional**

En lo que corresponde a la relación del sexo con el nivel de mandos laborales y la titulación, las estadísticas indican que 13 % de los titulados varones se encuentran desarrollando mandos técnicos y 15.1 % correspondiente a los no titulados se encuentran en la misma situación. Referente al sexo femenino 34.7 % de las tituladas y 33.3 % de no tituladas se encuentran en dicho nivel de mando (ver tabla 6).

Dentro del nivel de mandos medios los hombres que cuentan con título profesional se sitúan en 17.3 % y 3.03 % aún no está titulado. En el caso de las mujeres 21.7 % se encuentran tituladas y 24.2 % no cuenta con el título profesional (ver tabla 6).

En el caso de los mandos superiores, del total de la muestra una mujer no titulada se ubicó en este nivel, lo que representa 3 % (ver tabla 6).

En el área de docencia e investigación se sitúan un hombre titulado, equivalente al 4.3% y tres mujeres no tituladas equivalente 9.1 % (ver tabla 6)..

Lo anterior indica que la mayor parte de los egresados se encuentran ubicados en mandos técnicos y mandos medios desempeñando trabajo asalariado.

El 3 % de los hombres no titulados desempeñan actividades independientes y 4.3 % de las mujeres tituladas se encuentran en igual condición.

Quienes desempeñan actividades de manera independiente son, en el caso de hombres titulados 4.3 %, 6 % no titulado y el 3 % de mujeres no tituladas, mientras que 4.3 % de varones titulados, 6 % de titulados y 3 % de mujeres no tituladas desempeñan otras actividades (ver tabla 6).

En lo que se refiere al puesto y a las actividades desempeñadas, con base en los 54 egresados que cuentan con empleo, 18.5 % se encuentran auxiliando áreas de relaciones públicas, ventas, fotografía y comunicación social; 13 % desarrolla actividades de ventas, coordinación de eventos, locución, racional creativo, redacción y publicidad. 9.2 % ocupa un puesto administrativo dentro del área de la comunicación social. En la coordinación de producción, la planeación y las relaciones públicas se ubica un 7.4 %, porcentaje similar para el desempeño de la docencia y asistencia administrativa, mismo que suma un total de 22.2 %. 37.1 % se desempeña en menor representatividad en asesorías de ventas, análisis y comunicación social, administración y distribución comercial, editorial, jefaturas de proyecto en productos multimedia, oficina de medios y diseño de campañas, así como secretarios particulares (ver tabla 7).

En este apartado es importante señalar que en apariencia los egresados se han ubicado en el sector educativo en 21.4 %, no obstante, aun cuando se manifiestan desem-

peñando actividades de investigación y docencia es importante observar que la ausencia de titulación en las tres cuartas partes de los que manifestaron desarrollarse en tal sector los coloca dentro de la educación media superior o como auxiliares de investigación con responsabilidades menores.

Lo anterior en consideración de que las Instituciones de Educación Superior (IES) integran dentro de sus plantas docentes a catedráticos que cuenten al menos con el título de licenciatura.

Por otra parte, en relación con la promoción laboral, sobre una base de 56 entrevistados y en comparación con el sexo y la titulación se registró que 26.8 % fue promovido, de éstos 3.6 % de hombres no titulados, 7.1 % de mujeres tituladas y 3.6 % de no tituladas consideraron que la promoción estuvo condicionada por sus habilidades y constancia; 1.8 % de mujeres sin título profesional cumplió con los requisitos. El 10.7 % mencionó en minoría de representación otros factores (ver tabla 8).

Al reconocer que la promoción laboral ha sido lograda por el cumplimiento de requisitos de perfil profesional para el empleo y por otra el desarrollo de habilidades y la constancia, el nuevo plan de estudios contempla la formación en correspondencia con competencias y subcompetencias que le permitan al egresado de la licenciatura desarrollar actividades productivas en comunicación en diferentes ámbitos. Asimismo, se incluye como competencia transversal el fomento de cualidades personales de órdenes deontológicos y axiológicos ape-

gados a valores éticos de responsabilidad y respeto a la confianza.

Referente a la competencia con otros profesionistas, 48.2 % indicó que ésta si existe dentro del mercado laboral; 42.9 % negó dicha condición y 8.9 % restante no respondió (ver tabla 9).

Existen dos factores relacionados con la competencia profesional, el primero, como se mencionó antes es la falta de identidad de los quehaceres del profesionista en Comunicación y el segundo, la diversificación de los mercados y la necesidad del trabajo interdisciplinario.

Ante el nuevo escenario laboral, es necesario impulsar en los estudiantes de comunicación el desarrollo de competencias disciplinares que le otorguen identidad profesional pero que a su vez se sustente en competencias genéricas que le permitan la integración interdisciplinaria. En este sentido, se parte de la idea de adquisición de competencias genéricas que le permitan al estudiante comprender y distinguir el ámbito de las Ciencias Sociales y sus áreas disciplinares.

### ***Valoración personal del egresado en relación con la formación recibida***

#### **Conocimientos básicos**

En cuanto a la relevancia académica y su relación con el desarrollo profesional, sobre la base total de los entrevistados, 47.5 % la consideró buena, 16.3 % mencionó que regular; y 13.8 % indicó que no muy buena; 5 % la calificó como

mala y 2.5 % dijo que muy mala. 15.1 % no respondió (ver tabla 10).

La obtención de competencias genéricas y transversales se reconocen como una necesidad permanente dentro del desarrollo del universitario, toda vez que se logra obtener valores y conocimientos generales que le permitirán integrarse y adaptarse a los diferentes campos laborales y mercados de trabajo.

### **Desarrollo de habilidades**

En general, la formación académica dentro de los primeros semestres fue bien evaluada por los egresados; lo que indica que, si bien la titulación no es determinante para el desarrollo profesional, los conocimientos adquiridos durante la carrera son importantes para la obtención de empleo.

En el caso de la formación especializada de la licenciatura, 46.3 % la calificó como buena, 37.5 % como regular, 5 % la considero mala, 3.8 % muy buena, 1.3 % muy mala y 6.3 % no respondió (ver tabla 12).

Para los últimos cinco semestres, la mitad de los entrevistados la calificaron entre muy buena y buena, y más de la tercera parte la considera regular. En este sentido es importante señalar que en el marco de la flexibilización, los trabajos para la reestructuración del plan de estudios se dirigen en dos vertientes, la primera que conduce al egresado, por una parte, hacia los campos específicos de acción en los procesos políticos, la producción y el desarrollo organizacional, y por otra hacia la adquisición de competencias que le permitirán

profesionalizarse e integrarse en campos laborales de interacción disciplinaria aportando conocimientos y habilidades específicas en comunicación.

### **Factores involucrados en la formación profesional**

En lo que se refiere a los factores involucrados en la formación profesional, se reconocen cinco: las prácticas profesionales, el servicio social, la elaboración de la tesis, los conocimientos requeridos para la práctica profesional y los contenidos formativos.

Dentro de la opinión de los egresados, cerca del 40 % la califica dentro de un rango de regular a muy mala, 3.8 % la reconoce como muy buena y 57.4 % no respondió (ver tabla 13).

Lo anterior se debe a que las prácticas profesionales dentro de los planes de estudios no han sido de carácter obligatorio como lo es el servicio social, de tal forma que quienes las han realizado se concentran en investigación y desarrollo organizacional y corresponde a la representación mínima de los encuestados.

Por lo tanto, la falta de respuesta como la valoración negativa corresponde a la falta de conocimiento y aplicación de éstas.

Sobre dichos resultados, en el plan de estudios flexible se plantea el desarrollo de estrategias que permitan al estudiante la integración de los conocimientos adquiridos en el aula con su desenvolvimiento en los campos profesionales de compendia a partir de dichas prácticas.

En el caso del servicio social 66.3 % lo ubican en el rango de malo o muy malo, 21.3 % lo consideró regular, 5 % lo calificó en un rango de bueno a muy bueno y 7.4 % no respondió. Esto se deriva de la experiencia que los egresados tuvieron al prestar su servicio social, debido a que por lo general se aplicó el subempleo de los mismos, quienes desarrollaron actividades poco o nada relacionadas con su profesión de competencia (ver tabla 14).

De esta forma, bajo el mismo tenor que las prácticas profesionales, se establecerán estrategias de colaboración con los empleadores de forma que el prestador de servicio social se involucre con los campos laborales competentes a su formación.

En lo que corresponde a la elaboración de tesis, 71.3 % de los entrevistados la sitúa en un rango de buena a regular, 18.8 % como buena, 4.9 % la calificó en un rango de mala y muy mala y 5 % no respondió (ver tabla 15).

A pesar de que la titulación dentro del seguimiento de egresados aparentemente no es determinante para la obtención de un empleo y la promoción en el mismo, es un hecho que la exigencia del mercado laboral se dirige por una parte a la contratación de profesionistas titulados con posibilidad de cursar especialidades, diplomados y posgrados que les permitan actualizarse, y por otra uno de los sectores tendientes es el de la educación, por tanto, el título profesional se convierte en un requisito indispensable para ambos casos.

El nuevo plan de estudios contempla la conservación y el fortalecimiento del área

de investigación y de los talleres y el seminario de titulación, mismo que persigue el cumplimiento de la eficiencia terminal.

En cuanto a los conocimientos y habilidades que se requieren para el ejercicio profesional 37.5 % de los entrevistados hizo énfasis en lo práctico, en segunda mención 28.8 % se refirió a lo teórico, 5 % mencionó la metodología, 21.3 % se refirió a otras de representación menor y 7.4% no respondió (ver tabla 16).

El énfasis en las habilidades prácticas evidencia el empleo donde se da prioridad al saber hacer sobre el saber pensar, no obstante la concentración del 33.8 % sobre los conocimientos teóricos y metodológicos referencia la necesidad de crear un tejido entre los saberes, mismo que se observa dentro de las competencias profesionales necesarias que, planteadas desde las ciencias sociales y la comunicación, integran el plan de estudios 2004.

Como parte de la valoración personal del entrevistado, se solicitó a los egresados su apreciación en cuanto a las necesidades de modificar el plan de estudios; en ese sentido en lo que corresponde a los contenidos teóricos 43.8 % manifestó la necesidad de ampliar, 38.8 % consideró bueno mantener el del plan 1995, 13.8 % a favor de reducir y 3.6 % no respondió (ver tabla 17).

En el plan de estudios dentro del área disciplinar, se reestructuró tanto la carga práctica como la teórica, abriendo un abanico de posibilidades para que el estudiante se pueda formar de manera integral.

En lo que se refiere a la metodología 50 % se sumó a la ampliación, 37.5 % dijo que era

conveniente mantener el actual y 7.5% se manifestó en favor de la reducción del contenido en el plan de estudios (ver tabla 18).

Aun cuando aparentemente los contenidos metodológicos se mantienen de igual manera en el plan de estudios reestructurado, la ampliación de éstos van vinculados a las competencias genéricas que se hacen presentes en los contenidos programáticos de las materias teóricas y en menor representación en las prácticas.

En relación con los contenidos técnicos, 90 % de los entrevistados señaló la importancia de ampliarlos, 8.8 % consideró adecuado mantenerlos y 1.2% no respondió (ver tabla 19).

Es evidente la necesidad de hacer énfasis en los conocimientos y habilidades técnicas, toda vez que la identificación por parte de los empleadores se relaciona con la producción, edición y manejo de los medios masivos; si bien la reestructuración contempló este aspecto, también se tuvo cuidado en establecer rutas de relación entre los contenidos teóricos, metodológicos, éticos y técnicos para tejer una red que vigilase el egreso profesional integral.

Por otra parte, al preguntar sobre las modificaciones a los contenidos matemáticos y estadísticos, la mitad de los egresados optó por mantenerlos, 31.3 % apoyó la ampliación, 15 % dijo que era necesario reducir y 3.7 % no respondió (ver tabla 20).

Existe resistencia de los alumnos y de los egresados por comprender la aplicación de las matemáticas y la estadística para el análisis social, sin embargo, los contenidos estadísticos se mantienen bajo la nominación de técnicas cuantitativas.

Finalmente, en cuanto a las modificaciones de los contenidos éticos, 61.3 % consideró importante ampliarlos, 30 % mantener, 3.7 % optó por la reducción y 5 % no respondió (ver tabla 21).

En este caso es importante señalar que en los planes anteriores no se consideraba la ética como parte sustancial de la formación académica, sin embargo, dentro de las competencias transversales se considera la ética incluida como forma de responsabilidad, cumplimiento, respeto a la cultura, al compromiso y la confianza.

## CONCLUSIONES

### *Inserción en el mercado laboral*

Al analizar los datos arrojados en el presente seguimiento, se debe reconocer que los contenidos para la formación del licenciado en Comunicación ha arrastrado históricamente con el problema de la falta de identidad del profesionista con la confusión en la identificación de las funciones por parte del empleador.

Asimismo, aunada a esta problemática, se ha detectado a nivel nacional que las IES tradicionalmente han impulsado planes de estudio que solidifican el saber-hacer, es decir, los oficios inherentes a la práctica profesional de la comunicación, de tal manera que se han profesionalizado expertos en un oficio.

Ahora bien, para el caso específico de la licenciatura en la UAEM, se reconoce el peso de las materias teóricas sobre los conocimientos prácticos, sin embargo, es necesario establecer un equilibrio que permita el

egreso de profesionistas eficientes y acordes con las necesidades de los campos laborales y los mercados de trabajo.

Ante los resultados en la reestructuración del plan de estudios ha sido planteada la construcción de un cuerpo de conocimientos teóricos y prácticos donde se desarrollen competencias genéricas y transversales que le permitan al egresado adaptarse al nuevo panorama flexible de los mercados a partir de la compatibilidad de saberes y quehaceres con otros grupos de profesionistas, donde el manejo de lenguajes técnicos especializados puedan ser adaptados a través de la comprensión y aplicación de los fundamentos teórico-prácticos de las ciencias sociales y las humanidades, es decir, a partir de un tejido teórico encaminado a fortalecer la práctica en la formación profesional.

### ***Ubicación laboral***

De esta forma, el plan de estudios ha sido reestructurado a partir de las necesidades del mercado laboral, de tal manera que al egreso, los profesionistas resulten competentes y competitivos, no sólo a un entorno local, sino con adaptabilidad a la dinámica mundial.

Lo anterior se materializa en el planteamiento de tres recorridos: comunicación audiovisual, comunicación social y comunicación política, donde se busca dar respuesta a las dinámicas comunicativas de los sectores de mayor énfasis, y que a partir de la flexibilización se fortalecerá el desarrollo de competencias que le permitan

al egresado integrarse a diferentes contextos laborales.

Cabe aclarar que los recorridos no son un sistema de especialización sino el énfasis en la adquisición de conocimientos que en relación con aptitudes, habilidades y competencias le proporcione identidad a los quehaceres del profesionista en comunicación.

### ***Opinión de los egresados sobre su formación***

El planteamiento en la reestructuración de la tira de materias se fundamenta en dos momentos: el primero, los conocimientos y habilidades obtenidos y que resultan de importancia para el empleo y la promoción: el segundo, los conocimientos y habilidades no adquiridos en la formación universitaria y que determinan, de acuerdo con la experiencia de los egresados, el empleo.

Tanto a nivel nacional como en el seguimiento de egresados de Comunicación de la UAEM, los resultados indican que las habilidades más importantes no adquiridas en la formación académica del comunicólogo se relacionan con el manejo adecuado de los equipos de producción en medios electrónicos como editorial, dicha observación se realizó por egresados que trabajan y quienes señalaron que los problemas de colocación en el mercado laboral corresponden también con la falta de habilidades técnicas y la insegura capacidad para relacionar teoría y práctica en los campos laborales.

A partir de lo anterior, la flexibilización curricular trae consigo dos ventajas, la primera el trabajo dentro de un cuerpo teórico-práctico fortalecido sobre la necesidad del desarrollo de competencias donde la búsqueda se concentrará en el énfasis de la formación profesional basada en la integración de las funciones de capacitación de los futuros egresados en el manejo de un equipo con la reflexión y la formación del pensamiento crítico, a partir del criterio de cada estudiante se conducirá sobre recorridos que fundamenten su propio proyecto de carrera, relacionado con el campo profesional.

Rodríguez Gómez, R. (1996), “Universidad y globalización. Contexto, tendencias y desafíos de la educación superior en América Latina” en *Desafíos de la universidad contemporánea, Los casos de Alemania, Estados Unidos y América Latina*, Renate Marsiske (editor), México, CESU-UNAM.

Cabalza, M. A. (1996), “Evaluación orientada al perfeccionamiento” en *Revista Nuevas tecnologías, nuevas profesiones*, México, ANUIES – Generalitat de Catalunya.

## BIBLIOGRAFÍA

Reyna, Margarita (1992), “La comunicación en el campo profesional” en *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, México, CONEICC-FELAFACS.

Benassini Félix, Claudia (1999), “Campos profesionales y mercados laborales (perspectivas de los egresados)” en *Anuario de Investigación*, México, CONEICC.

Consejo de Universidades Públicas e Instituciones Afines (CUPIA) (1994), “Avances de la universidad pública en México” en *Revista de Educación Superior*, núm. 89, ANUIES, México.

De Alba, A. (1991), *Evaluación curricular. Conformación conceptual del campo*, México, UNAM.

Didou Petit, Silvia (1997), “Sistema de educación superior e identidad cultural ante la globalización” en *Perfiles educativos*, México, CESU-UNAM.

## ANEXOS

**TABLA 1**  
**EGRESO, EMPLEO Y GÉNERO**

Sexo	Empleo	%	Desempleo	%	Total
Masculino	18	22.5	11	13.7	36.2
Femenino	38	47.5	13	16.3	63.8
Total	56	70	24	30	100

**TABLA 2**  
**EGRESADOS: SUELDO, SEXO Y TITULACIÓN**

<b>Sueldo</b>	<b>Masculino</b>				<b>Femenino</b>				<b>Total</b>
	<b>Titulado</b>	<b>%</b>	<b>No titulado</b>	<b>%</b>	<b>Titulado</b>	<b>%</b>	<b>No titulado</b>	<b>%</b>	
Menos de \$ 1 500	<b>1</b>	4.34	<b>1</b>	3.33	<b>1</b>	4.34	<b>2</b>	6.66	5
De \$ 1 500 a \$ 3 000	<b>0</b>	0	<b>2</b>	6.66	<b>2</b>	8.69	<b>5</b>	16.6	9
De \$ 3 001 a \$ 5 000	<b>0</b>	0	<b>1</b>	3.33	<b>4</b>	17.3	<b>10</b>	33.3	15
De \$ 5 001 a \$ 7 000	<b>5</b>	21.7	<b>1</b>	3.33	<b>4</b>	17.3	<b>3</b>	10	13
De \$ 7 001 a \$ 9 000	<b>1</b>	4.34	<b>1</b>	3.33	<b>0</b>	0	<b>1</b>	3.33	3
De \$ 9 001 a \$ 11 000	<b>1</b>	4.34	<b>0</b>	0	<b>2</b>	8.69	<b>1</b>	3.33	4
De \$ 11 001 a \$ 15 000	<b>0</b>	0	<b>1</b>	3.33	<b>1</b>	4.34	<b>1</b>	3.33	3
Más de \$ 15 000	<b>1</b>	4.34	<b>0</b>	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>	0	1
Total	<b>9</b>	<b>39</b>	<b>7</b>	<b>23.2</b>	<b>14</b>	<b>60.6</b>	<b>23</b>	<b>96</b>	<b>53</b>

**TABLA 3**  
**EGRESO, EMPLEO Y TITULACIÓN**

Comunicación	Titulados	%	No titulados	%
Con empleo	23	28.8	33	41.2
Sin empleo	6	7.5	18	22.5

**TABLA 4**  
**EGRESO Y MOTIVOS DE DESEMPLERO**

Desempleo	Comunicación	
Motivos	Frec.	%
Falta de titulación	4	16.7
Falta de oportunidades	2	8.3
No encuentro	6	25.0
Otros	12	50.0
Total	24	100.0

**TABLA 5**  
**EGRESO Y SECTOR DE INSERCIÓN**

Empleo Sector	Comunicación	
	Frec.	%
Gobierno estatal	10	17.9
Gobierno municipal	4	7.1
Iniciativa privada	21	37.5
Educación	12	21.4
Organismos públicos	7	12.5
Otros	2	3.6
Total	56	100.0

**TABLA 6**  
**PUESTO, GÉNERO Y TITULACIÓN**

	Masculino		Femenino					
	Titulado	%	No titulado	%	Titulado	%	No titulado	%
Mandos técnicos	3	13.0	5	15.1	8	34.7	11	33.33
Mandos medios	4	17.3	1	3.03	5	21.7	8	24.24
Mandos superiores	0	0	0	0	0	0	1	3.03
Docencia e Investigación	1	4.3	0	0	0	0	3	9.09
Independientes	0	0	1	3.03	1	4.3	0	0
Otros	1	4.3	2	6.0	0	0	1	3.03
Total	9	38.9	9	27.16	14	60.7	24	72.72

**TABLA 7**  
**PUESTO Y ACTIVIDAD**

Puesto	Actividad	%
Administrativo	Administración / Comunicación Social	9.2
Asesor	Ventas / Análisis / Comunicación Social	5.5
Auxiliares	Relaciones públicas / Ventas / Fotografía/ Comunicación Social	18.6
Asistente	Administración / Logística / Reportero	7.4
Docencia	Cátedra	7.4
Reportero	Cobertura de eventos / reportajes	11.2
Comercio	Administración / Distribución	3.7
Coordinador	Producción / Locución / Planeación Ventas / Relaciones públicas	7.4
Editor	Revisión, diseño / Reportaje / Ventas	3.7
Jefe proyecto	Multimedia / Oficina / Medios / Diseño Campañas / Oficina	3.7
Producción	Producción / Realización	3.7
Secretario	Coordinación eventos, agenda	5.5
Otras	Venta / Coordinación eventos / Locución Desarrollo ideas / Redacción / Publicidad Manejo de cartera cliente	13
Total		100

**TABLA 8**  
**PROMOCIÓN LABORAL**

Motivos Promoción	Masculino		Femenino	
	Titulado	No titulado	Titulado	No titulado
Por requisitos	0	0	0	1.8
Por habilidades y constancia	0	3.6	7.1	3.6
Otras	0	1.8	1.8	7.1
N/D	16	10.7	16	30.3
Total	16	16.1	24.9	42.8

**TABLA 9**  
**COMPETENCIAS CON OTROS PROFESIONISTAS**

Competencia otros profesionistas	Comunicación	%
Sí	27	48.2
No	24	42.9
NC	5	8.9
Total	56	100

**TABLA 10**  
**EGRESADOS: RELEVANCIA DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA**

Relevancia de la Formación académica	Comunicación	%
Muy buena	11	13.8
Buena	38	47.5
Regular	13	16.3
Mala	4	5.0
Muy mala	2	2.5
NC	12	15.1
Total	80	100

**TABLA 11**  
**RELEVANCIA DE LA FORMACIÓN BÁSICA Y EL EMPLEO**

Formación básica		
Opinión de formación académica	Comunicación	%
Muy buena	9	11.3
Buena	34	42.5
Regular	21	26.3
Mala	6	7.5
Muy mala	2	2.5
Sin respuesta	2	2.5
NC	6	7.5
Total	80	100

**TABLA 12**  
**RELEVANCIA DE LOS ESTUDIOS DE LICENCIATURA Y EL EMPLEO**

Formación en tu licenciatura		
Opinión de formación académica	Comunicación	%
Muy buena	3	3.8
Buena	37	46.3
Regular	30	37.5
Mala	4	5.0
Muy mala	1	1.3
NC	5	6.3
Total	80	100

**TABLA 13**  
**RELEVANCIA DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES**

Prácticas profesionales		
Opinión de formación académica	Comunicación	%
Muy buena	3	3.8
Regular	8	10.0
Mala	14	17.5
Muy mala	9	11.3
NC	46	57.4
Total	80	100

**TABLA 14**  
**RELEVANCIA DEL SERVICIO SOCIAL**

Servicio social		
Opinión de formación académica	Comunicación	%
Muy buena	2	2.5
Buena	2	2.5
Regular	17	21.3
Mala	36	45.0
Muy mala	17	21.3
NC	6	7.4
Total	80	100

**TABLA 15**  
**RELEVANCIA DE LA ELABORACIÓN DE LA TESIS**

Tesis		
Opinión de formación académica	Comunicación	%
Muy buena	15	18.8
Buena	31	38.8
Regular	26	32.5
Mala	3	3.8
Muy mala	1	1.3
NC	4	5
Total	80	100

**TABLA 16**  
**CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES QUE SE REQUIEREN PARA EL EJERCICIO  
PROFESIONAL**

Conocimientos o habilidades que requiere	Comunicación	%
Metodología	4	5.0
Teóricas	23	28.8
Prácticas	30	37.5
Otras	17	21.3
ND	6	7.4
Total	80	100

**TABLA 17**  
**MODIFICACIONES AL PLAN DE ESTUDIOS EN RELACIÓN CON LOS CONTENIDOS  
TEÓRICOS**

Contenidos teóricos	Comunicación	%
Ampliar	35	43.8
Mantener	31	38.8
Reducir	11	13.8
NC	3	3.6
Total	80	100

**TABLA 18**  
**MODIFICACIONES AL PLAN DE ESTUDIOS EN RELACIÓN CON LOS CONTENIDOS  
 METODOLÓGICOS**

Contenidos metodológicos	Comunicación	%
Ampliar	40	50.0
Mantener	30	37.5
Reducir	6	7.5
NC	4	5.0
Total	80	100

**TABLA 19**  
**MODIFICACIONES AL PLAN DE ESTUDIOS EN RELACIÓN CON LOS CONTENIDOS  
 TÉCNICOS**

Contenidos técnicos	Comunicación	%
Ampliar	72	90.0
Mantener	7	8.8
NC	1	1.2
Total	80	100

**TABLA 20**  
**MODIFICACIONES AL PLAN DE ESTUDIOS EN RELACIÓN CON LOS CONTENIDOS  
 MATEMÁTICOS Y ESTADÍSTICOS**

Matemáticas y estadística	Comunicación	%
Ampliar	25	31.3
Mantener	40	50.0
Reducir	12	15.0
NC	3	3.7
Total	80	100

TABLA 21  
MODIFICACIONES AL PLAN DE ESTUDIOS EN RELACIÓN  
CON LOS CONTENIDOS ÉTICOS

Ética	Comunicación	%
Ampliar	49	61.3
Mantener	24	30.0
Reducir	3	3.8
NC	4	5.0
Total	80	100