

2.- PERCEPCIÓN DE LOS EGRESADOS SOBRE LA FORMACIÓN RECIBIDA.

2.1.- Relevancia de la Carrera.

De acuerdo a la distribución de frecuencia de la variable relevancia de la carrera, el 23% y 58% de los egresados manifestaron que fue muy relevante y, relevante respectivamente.

Ambas respuestas reúnen el 81% de las opiniones. En cambio, sólo el 19% se concentra en poco relevante (16%), e irrelevante (3%).

Como se puede observar en el cuadro, sólo el 2% de las opiniones corresponden a egresados que no trabajan.

RELEVANCIA DE LA CARRERA

SITUACIÓN LABORAL / RELEVANCIA	TRABAJAN	NO TRABAJAN	TOTAL
MUY RELEVANTE	23%	0%	23%
RELEVANTE	57%	1%	58%
POCO RELEVANTE	16%	0%	16%
IRRELEVANTE	2%	1%	3%
TOTAL	98%	2%	100%

Con el propósito de identificar los campos profesionales de los egresados y analizar, desde su evaluación, la relevancia de la carrera en el trabajo que actualmente realizan, como puede observarse en el cuadro siguiente, no parece haber diferencias significativas. Sin embargo, se advierte una mayor calificación de los egresados que laboran en prensa y, televisión (que consideraron entre muy relevante y relevante la carrera, con un 90% y 100%, respectivamente).

Al mismo tiempo se puede apreciar que quienes calificaron como poco relevante e irrelevante a su carrera, en un mayor porcentaje, se ubican desarrollando prácticas profesionales relacionadas con los servicios y el comercio (33%) y otras, (25%).

RELEVANCIA DE LA CARRERA

Categoría Profesional Relevancia	Educación	Gobierno	Finanzas	Salud	Comunicación	Servicios y Comercio	Otras
Muy Relevante	37%	21%	30%	33%	10%	11%	25%
Relevante	47%	63%	60%	50%	90%	56%	50%
Poco Relevante	16%	16%	10%	17%		22%	25%
Irrelevante						11%	
Total...	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Desagradadamente, quienes trabajan en comunicación (82%), opinaron que fue entre muy relevante y relevante, con un 84% y, entre poco relevante e irrelevante, con un 16%.

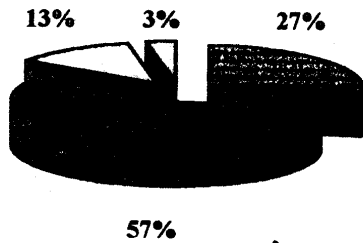
Quienes no trabajan en comunicación (18%), opinaron que fue entre muy relevante y relevante con un 65% y, entre poco relevante e irrelevante, con un 35%. Así considerado y al contrastar los resultados del cuadro anterior con el siguiente, se puede inferir una tendencia en los egresados a calificar la relevancia de la carrera en relación a su situación ocupacional.

RELEVANCIA DE LA CARRERA

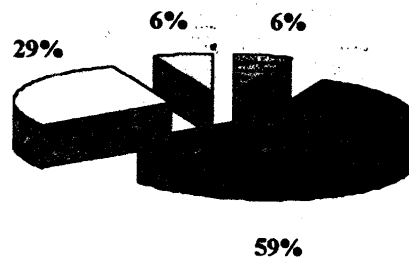
Ocupación / Relevancia	En Comunicación	En Otros Campos Laborales
Muy Relevante	27%	6%
Relevante	57%	59%
Poco Relevante	13%	29%
Irrelevante	3%	6%
Total...	100%	100%



EN COMUNICACIÓN



EN OTROS CAMPOS LABORALES



FUNDAMENTACIÓN DEL NIVEL DE RELEVANCIA DE LA CARRERA.

En el cuadro siguiente aparecen los argumentos que los egresados ofrecieron sobre la relevancia de la carrera.

FUNDAMENTACIÓN DEL NIVEL DE RELEVANCIA DE LA CARRERA.

1.- Obtuve los conocimientos para el trabajo que realizo.
2.- Las labores que desempeño tienen que ver con lo que me ofreció la carrera.
3.- Me dio las bases para desarrollarme en mi trabajo.
4.- Aplico los conocimientos obtenidos en mi carrera.
5.- Sin la carrera no hubiera obtenido trabajo.
6.- Con ella he logrado mis metas y objetivos.
7.- Me ayudó a ubicar un proyecto profesional dentro de mis aspiraciones.
8.- Es básica para un trabajo.
9.- A pesar de las deficiencias, es innegable que la carrera me aportó elementos importantes.
10.- Laboro en el área de especialidad que cursé.
11.- Me he realizado en mi trabajo, en lo económico y en lo social.
1.- Me dio las bases para desarrollarme en mi trabajo.
2.- Aplico los conocimientos adquiridos.
3.- Me dio los conocimientos básicos.
4.- Reforzó lo que había aprendido en la práctica.
5.- Proporciona las bases para desarrollarme en los medios.

6.- Obtuve mayor seguridad.
7.- Obtuve las herramientas necesarias para desempeñar un buen trabajo.
8.- Ha sido la base de mi desempeño profesional.
9.- Me ha servido para relacionarme.
10.- Me da libertad de tomar decisiones.
11.- Conocí el equipo de apoyo para trabajar.
12.- Aprendí el manejo del lenguaje en el proceso comunicativo.
13.- Aprendí en la práctica.
14.- Recibí la formación elemental.
15.- Se relaciona con lo que realizo.
16.- Me ofreció los conocimientos básicos de periodismo.
17.- Aplico algunos de los conocimientos adquiridos.
18.- Me ha sostenido económicamente.
19.- Me dio la oportunidad de realizar lo que realmente me gusta.
20.- Escogí la carrera como consecuencia de mi actividad laboral.
21.- Sentó las bases para que el trabajo práctico que realizo lo aprendiera con mayor rapidez.
22.- Me ayudó a relacionarme con mi profesión.
23.- Hizo falta formación práctica en mi carrera.
CONTINGENTE PORQUE
1.- Fue poca la práctica.
2.- El plan de estudios no abordó las prácticas que realizo.
3.- La formación fue dispersa.
4.- Los conocimientos que adquirí son insuficientes.
5.- Se tiene que aprender sobre la marcha.
6.- El trabajo que realizo no se relaciona con la carrera.
IRRELEVANTE PORQUE
1.- Mi trabajo no se relaciona en nada con lo que estudié.

LO QUE LES DEJÓ LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA

CONOCIMIENTOS

- | |
|---|
| 1.- Buena formación teórica (11) menciones. |
| 2.- Cultura general amplia (8) menciones. |
| 3.- Elementos para la comprensión de la situación del país y la región (4) menciones. |
| 4.- Buena formación metodológica (4) menciones. |

HABILIDADES

- | |
|---|
| 1.- Capacidad de análisis (4) menciones. |
| 2.- Creatividad (3) menciones. |
| 3.- Facilidades para establecer relaciones laborales y con personas de otras disciplinas (3). |
| 4.- Seguridad y confianza para el trabajo (3) menciones. |
| 5.- Capacidad para el trabajo en equipo (2) menciones. |
| 6.- Hábitos de estudio (2) menciones. |

ACTITUDES

- | |
|---|
| 1.- Formación crítica y conciencia social (5) menciones. |
| 2.- Disciplina (3) menciones. |
| 3.- Apertura ante las distintas corrientes ideológicas (2) menciones. |
-
-

LO QUE NO LES DEJÓ LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA

1.- Especialización y conocimientos administrativos.
2.- Práctica
3.- Conocimientos de computación.
4.- Habilidades para redactar.
5.- Inglés.
6.- Habilidades para el diseño gráfico.

2.2.- UTILIDAD DE LA FORMACIÓN RECIBIDA.

Como puede observarse en el cuadro siguiente las opiniones más favorables de los egresados fueron para la formación básica recibida, a la que calificaron entre muy buena y buena en un 74%.

En un segundo término se ubica la experiencia del servicio social a lo que los egresados evaluaron entre muy buena y buena en un 68%.

La formación especializada obtuvo una calificación de 45% en la que se concentran opiniones de los egresados entre muy buena (10%) y buena (35%).

Las opiniones menos favorables fueron para la formación práctica y seminarios de tesis que obtuvieron una evaluación entre muy buena y buena en un 39% y, 37%, respectivamente.

UTILIDAD DE LA FORMACIÓN RECIBIDA.

Unidad / Formación	Muy Buena	Buena	Regular	Mal	Muy Mal
Básica o General	17%	57%	24%	2%	0%
Especializada	10%	35%	39%	15%	1%
Práctica	7%	32%	38%	16%	7%
Seminarios de Tesis	9%	28%	34%	24%	5%
Servicio Social	17%	52%	24%	4%	3%

Antes de pasar al análisis de otras variables es pertinente hacer las siguientes precisiones:

- a) En el área básica o general ubicamos un conjunto de materias de los Planes de Estudio, que tienen como objetivo contribuir a la contextualización del fenómeno comunicativo (Formación Social, Teoría Social, Economía Política, etc.) y se imparten en los primeros semestres.
- b) El servicio social es obligatorio y hasta 1995 sólo podía ser realizado en el sector público o en asociaciones civiles. Su liberación es un requisito para obtener la carta de pasante.

Los tres planes de estudio que ha tenido la carrera no contemplan ningún crédito al término de la prestación del servicio social.

Así mismo, al no contemplarse en los planes de estudio las prácticas profesionales, el servicio social representa para el estudiante una posibilidad real de aplicar los conocimientos.

c) La formación especializada se desarrolla a partir de un conjunto de materias específicas del campo de la comunicación, (Desarrollo de la Comunicación en México, Teorías de la Comunicación, Cultura y Comunicación, etc.).

Aquí el problema más notorio ha sido, hasta hace poco, el perfil de los profesores. Ante la necesidad de atender la demanda estudiantil y la carencia de profesionistas en comunicación titulados se ha tenido que contratar a egresados de otras disciplinas.

d) La formación práctica del estudiante se lleva a cabo a través de los Talleres de Comunicación (Fotografía, Prensa, Radio, Televisión y Cine, fundamentalmente).

En la historia de la carrera, el equipamiento, conservación y mantenimiento de la infraestructura de los talleres ha representado uno de los problemas más difíciles de resolver. Escasos recursos para la adquisición y mantenimiento de equipo, sobreutilización de éste ante el aumento progresivo de la matrícula, repercuten en una incipiente y en ocasiones mala formación práctica.

e) Otro grave problema ha sido la implementación de las materias que tienen por objetivo apoyar a los estudiantes en la elaboración de sus trabajos recepcionales. Esto tiene que ver con:

Los grupos hasta con más de 40 estudiantes que dificulta el desarrollo de una metodología de enseñanza apropiada como exigen los seminarios de tesis.

Carencia de una planta docente con tradición en investigación. Quienes cuentan con este perfil resultan insuficientes para atender la demanda estudiantil.

Asimismo la oferta, en términos de líneas de investigación propuestas a los alumnos, deriva de los perfiles, experiencia y preferencias de los docentes programados para impartir los cursos y en la mayoría de las ocasiones esta oferta no coincide con las expectativas estudiantiles.

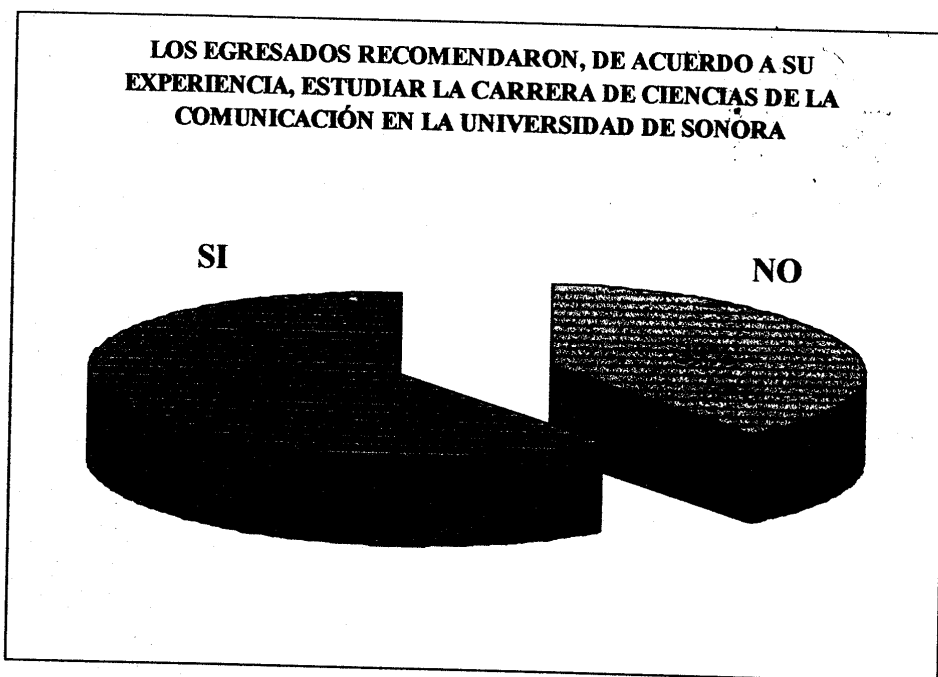
2.3.- EVALUACIÓN DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

EVALUACIÓN DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA						
EVALUACIÓN DE LA INSTITUCIÓN	BUENA	REGULAR	POCO	NO	NO RESPUESTA	TOTAL
La Institución en lo general	69%	29%	2%			100%
Organización académica	26%	67%	7%			100%
Profesorado	31%	64%	5%			100%
Sistema de enseñanza	30%	66%	4%			100%
Sistemas de evaluación	36%	57%	5%	2%		100%
Nivel académico	42%	51%	7%			100%
Plan de estudios cursado	30%	55%	13%	2%		100%
Talleres	23%	39%	35%	3%		100%
Instalaciones físicas	22%	48%	25%	5%		100%
Servicios escolares	32%	55%	9%	2%	2%	100%
Actividades socioculturales	34%	46%	13%	4%	3%	100%
Biblioteca	24%	43%	30%	2%	1%	100%
Comunicación maestros-alumnos	60%	33%	6%	1%		100%
Otros señale:	Programa de titulación deficiente. Producción editorial buena. Impulso y motivación para encaminar las aptitudes profesionales.					

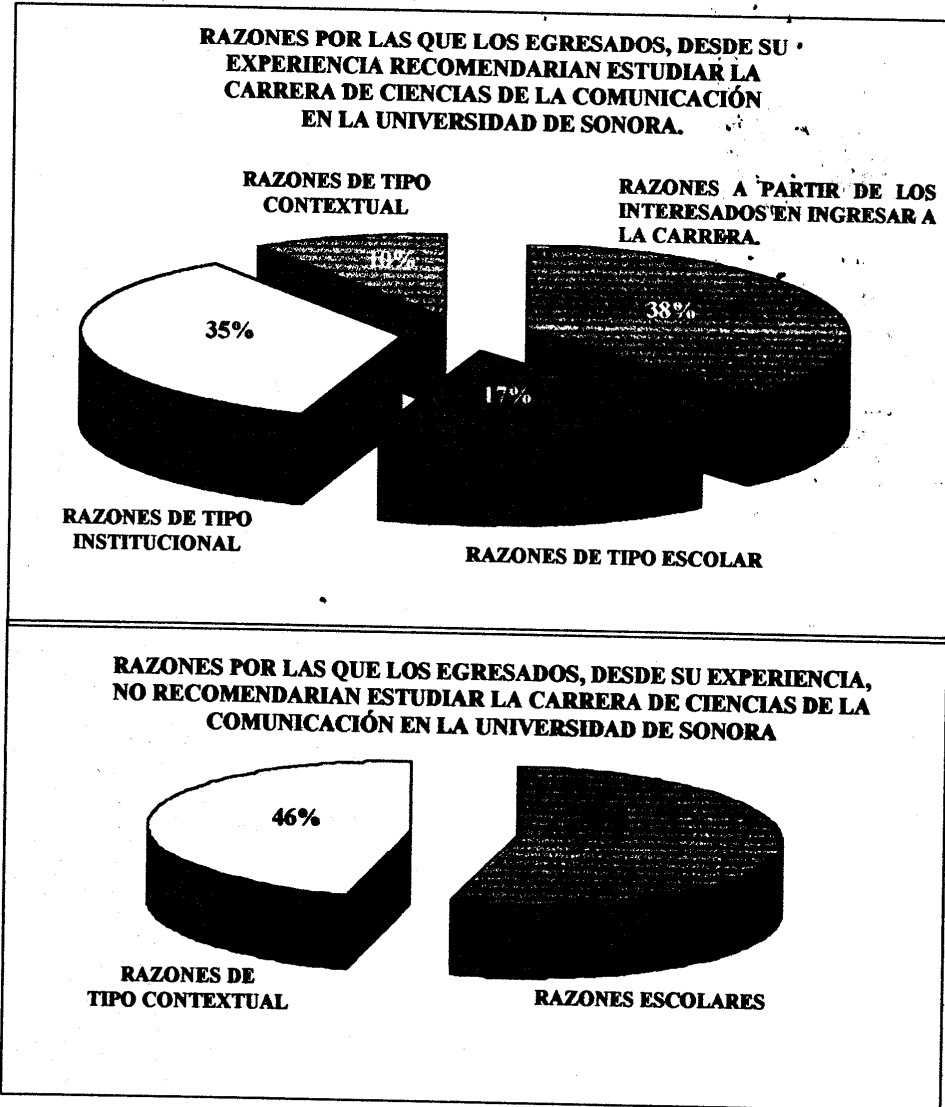
De las evaluaciones otorgadas por los egresados el primer lugar corresponde a la Institución en general y el segundo, a la relación maestro-alumno.

Las evaluaciones más bajas, como puede observarse, son para talleres, biblioteca e instalaciones físicas.

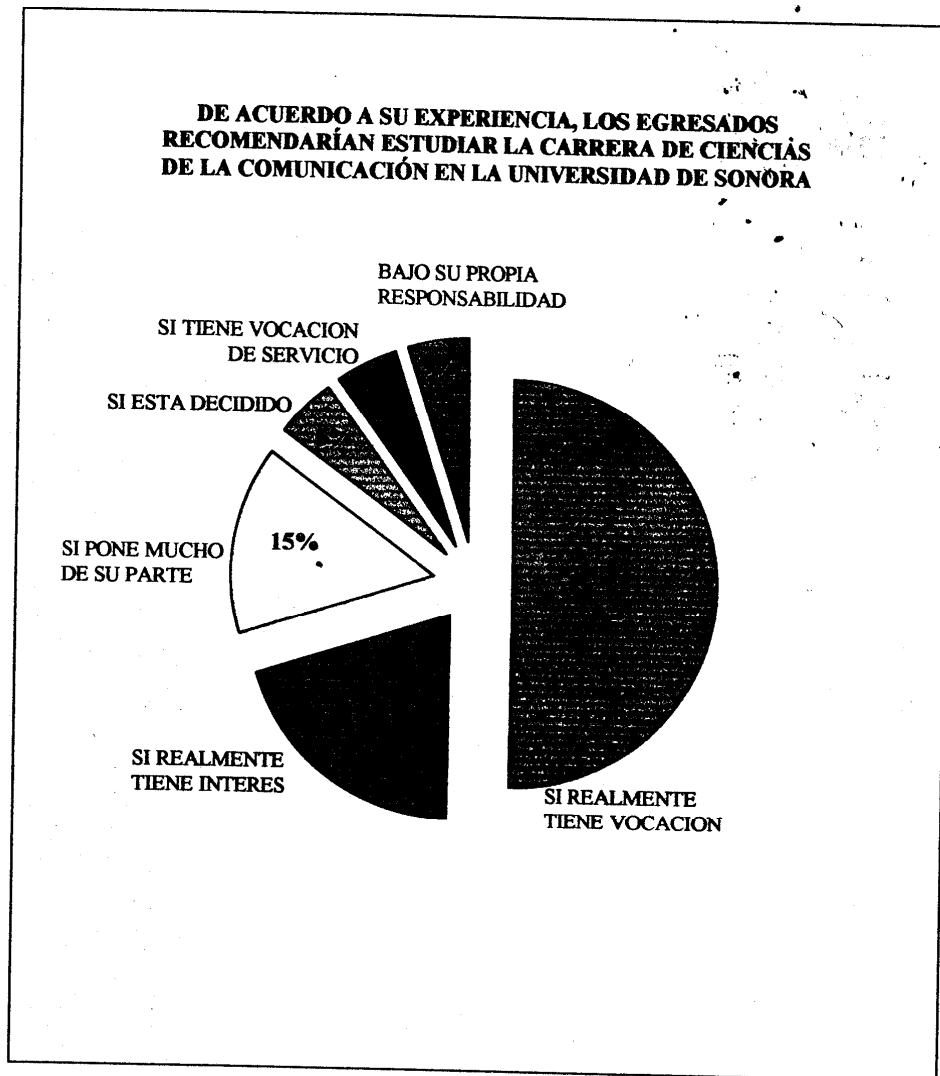
Al cuestionárseles a los egresados si de acuerdo a su experiencia recomendaría estudiar la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Sonora a algún amigo o familiar, respondieron que si en un 61%.



En la siguiente gráfica aparecen codificadas las razones que ofrecieron los egresados.

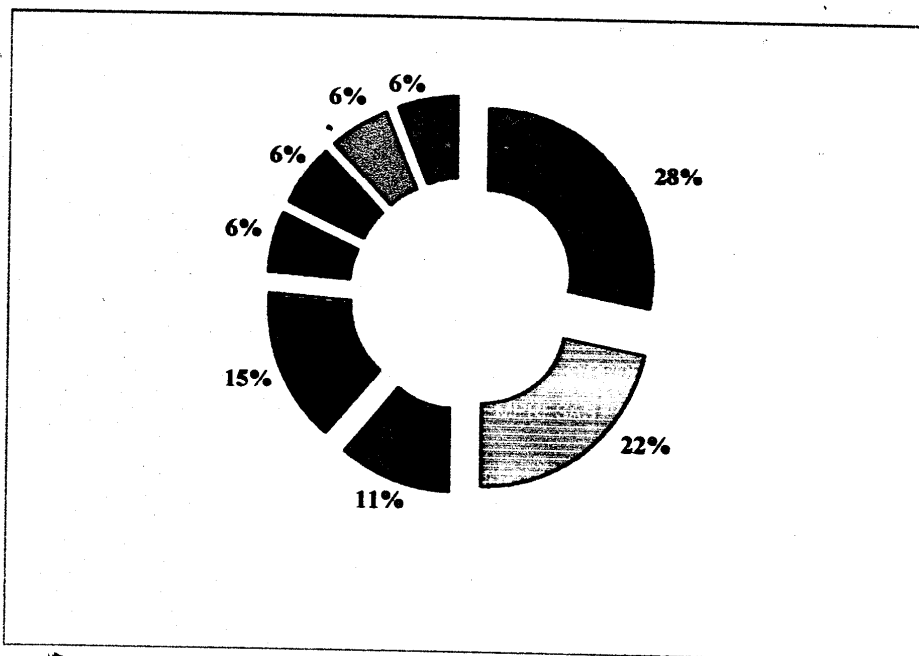


Particularmente, en los cuadros y gráficas siguientes, aparecen las respuestas que ofrecieron los egresados.

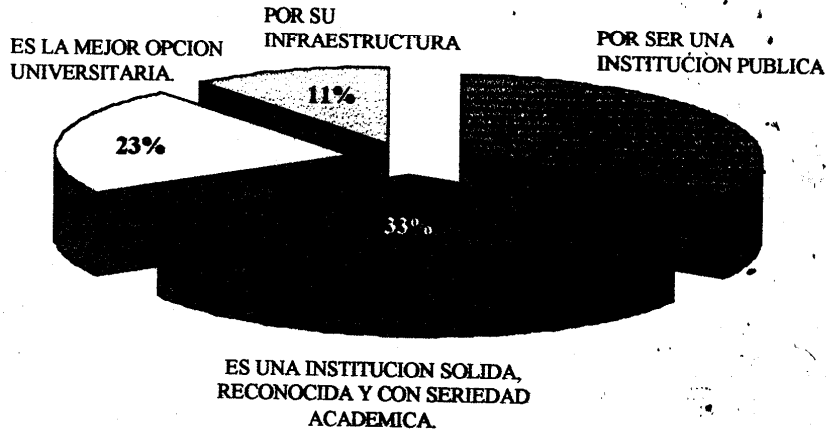


DESDE SU EXPERIENCIA, LOS EGRESADOS RECOMENDARIAN LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE SONORA DESDE EL PUNTO DE VISTA ESCOLAR PORQUE:

1.- La escuela ha mejorado	██████████	28%
2.- Se proporcionan las herramientas básicas para trabajar	██████████	22%
3.- Es una buena opción de profesionalización	██████████	11%
4.- Es una carrera con perfil humanista y vocación social	██████████	15%
5.- La formación en lo general es buena	██████████	6%
6.- El programa es mejor que el de las escuelas privadas	██████████	6%
7.- Es una carrera muy importante en toda actividad humana	██████████	6%
8.- Porque al final de cuentas, tiene aspectos positivos	██████████	6%
Total		100%



LOS EGRESADOS RECOMENDARIAN ESTUDIAR LA CARRERA EN LA UNIVERSIDAD DE SONORA DESDE EL PUNTO DE VISTA INSTITUCIONAL PORQUE :



LOS EGRESADOS RECOMENDARIAN ESTUDIAR LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION A PARTIR DE RAZONES CONTEXTUALES PORQUE :

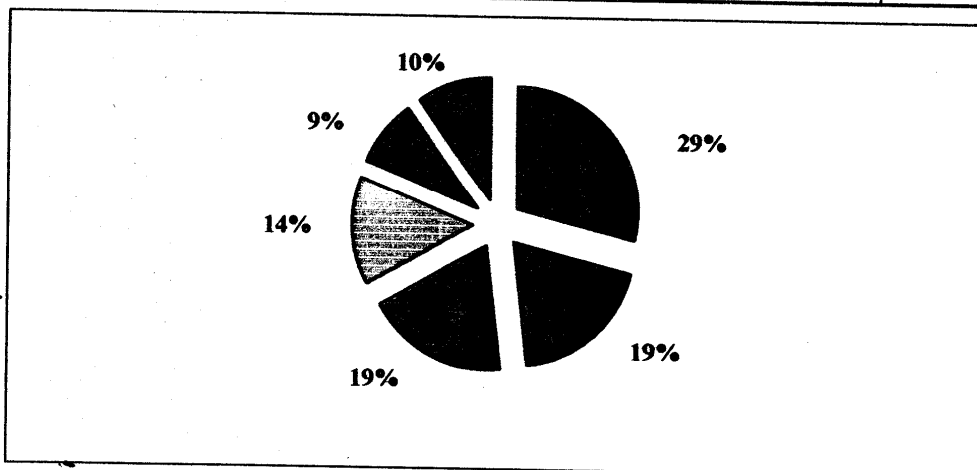
EL CAMPO PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL ES AMPLIO	60%
EN LA ACTUALIDAD LAS EMPRESAS PRESTAN MÁS ATENCIÓN A LOS EGRESADOS DE COMUNICACIÓN	20%
ES UNA CARRERA CON FUTURO	20%
TOTAL	100%

RAZONES DE TIPO CONTEXTUAL POR LAS QUE LOS EGRESADOS NO RECOMENDARIAN ESTUDIAR LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE SONORA

1.- No hay mercado de trabajo	55%
2.- El mercado de trabajo esta saturado	21%
3.- El campo de trabajo es restringido	6%
4.- El campo de trabajo es indefinido	6%
5.- No se reconoce el trabajo del comunicador	6%
6.- La carrera no tiene un reconocimiento social	6%
Total	100%

RAZONES DE TIPO ESCOLAR POR LAS QUE LOS EGRESADOS NO RECOMENDARIAN ESTUDIAR LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

1.- LA PREPARACIÓN ES DEFICIENTE Y GENÉRICA	29%
2.- LA CARRERA ESTA SOBRESATURADA Y NO HAY CONTROL DEL INGRESO	19%
3.- EXISTE MUY POCa PRÁCTICA	19%
4.- LOS MAESTROS SON INEXPERTOS Y DESINTERESADOS EN EL APROVECHAMIENTO ESCOLAR	14%
5.- LOS SISTEMAS DE ENSEÑANZA SON MALOS	9%
6.- EL PLAN DE ESTUDIOS ES OBSOLETO Y DESVINCULADO DE LA REALIDAD	10%
TOTAL	100%



2.4.- NECESIDADES ACTUALES DEL EJERCICIO PROFESIONAL NO CUBIERTAS EN LA FORMACION PROFESIONAL.

El análisis de esta variable, consideramos, es de suma utilidad para comprender el desarrollo del campo profesional y, en consecuencia, para la evaluación y desarrollo curricular. De lo que se trata es de establecer el nivel de congruencia entre los campos académicos y los campos profesionales.

Primeramente se presenta un cuadro de necesidades expresadas por los egresados, a nivel de inventario, de acuerdo al número de menciones.

En un intento de sistematización, seguidamente se presenta una clasificación de estas necesidades en los rubros de: conocimientos, habilidades y valores.

Finalmente las necesidades se agrupan de acuerdo a los campos profesionales en que laboran los egresados y, adicionalmente se ubican en los campos académicos en donde suponemos se ubican o debieran ubicarse a partir del desarrollo curricular.

**CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS POR LOS
EGRESADOS, QUE NO RECIBIERON EN SU FORMACION
UNIVERSITARIA**

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	SEMANAS
1.- Computación	24
2.- Inglés	20
3.- Más práctica	14
4.- Redacción	10
5.- Comunicación Gráfica	9
6.- Especialización	7
7.- Mercadotecnia	6
8.- Psicología	5
9.- Actualización en Relaciones Públicas y Mercadotecnia	5
10.- Diseño publicitario	4
11.- Investigación estadística y matemáticas	3
12.- Actualización	3
13.- Mayor información	2
14.- Ningún conocimiento o habilidad	2
15.- Planeación Estratégica	2
16.- Formación docente	2
17.- Administración	2
18.- Edición	2
19.- Mejor preparación en talleres de televisión	2
20.- Comunicación Organizacional	2
21.- Visión más realista del campo de trabajo	2
22.- Comunicación Educativa	2
23.- Cine	2
24.- Expresión Verbal	2
25.- Periodismo	2

**NUEVAS FUNCIONES Y ACTIVIDADES EN
EL CAMPO LABORAL DE LA COMUNICACION**

FUNCIONES Y ACTIVIDADES	MENCIONES
1.- Manejo de sistemas de cómputo	28
2.- Utilización de nuevas tecnologías	9
3.- Diseño Gráfico	6
4.- Comunicación Organizacional	5
5.- Investigación de mercados	4
6.- Relaciones Públicas	4
7.- Informática	4
8.- Publicidad	3
9.- Administración	3
10.- Investigación	2
11.- Comunicación Rural	2
12.- Planeación Estratégica	2
13.- Producción de programas educativos	2
14.- Administración de Recursos Humanos	2
15.- Comunicación Política para el Desarrollo	2
16.- Comunicación Vía Satélite	2
17.- Internet	2
18.- Producción de Vídeo Empresarial	1
19.- Relación de Videos	1
20.- Diseño de campañas	1
21.- Administración de organismos públicos	1
22.- Relaciones comerciales	1
23.- Análisis de información	1
24.- Comunicación Cibernética	1
25.- Comunicación comunitaria	1
26.- Producción de Comunicación Interactiva	1
27.- Administración de medios de comunicación	1
28.- Relación con Organismos Civiles	1
29.- Innovación en Televisión	1
30.- Funciones polivalentes y multifuncionales	1
Total...	95