



PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
COORDINACION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL
PLANEACION

México, D.F. 10. de Noviembre de 1980.

C -
CCC
AL
1376

SR. ANGEL SAIZ
PRESIDENTE DEL CONSEJO NACIONAL PARA
LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS
CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T E .

De mi mayor consideración:

Por la presente nos permitimos hacer de su conocimiento que la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República está realizando una investigación acerca de la Formación y Práctica Profesional de los Comunicadores, área en la que ustedes poseen una vasta y rica experiencia.

Es por ello que deseamos establecer una relación formal con el Consejo que usted preside, solicitando su colaboración para documentarnos con los materiales de las universidades miembros del CONEICC.

Agradeciendo de antemano su atención a la presente, saludo a usted con mi mayor estima.

A t e n t a m e n t e .

DR. FEDERICO FASANO MERTENS
COORDINADOR DE PLANEACION

FORMACION Y PRACTICA SOCIAL DE LOS
COMUNICADORES

Actividad 1

Título: Análisis de estudios previos, sobre la formación de los comunicadores y la práctica comunicativa

Carácter: En esta actividad se pretende identificar las aportaciones teóricas, metodológicas y de información que ofrezcan otros estudios hechos sobre el objeto de estudio de la presente investigación.

Se buscarán y analizarán los trabajos realizados en México y otros países, ejecutados por organismos regionales e internacionales.

La realización de esta actividad se divide en dos etapas: la primera se refiere a las experiencias nacionales y la segunda, a las internacionales. Los resultados de la primera, permitirán hacer las reformulaciones pertinentes al proyecto de investigación, mientras que los de la segunda se destinarán para los debates del coloquio nacional.

Tiempo: 10 semanas

Ejecución:

1. búsqueda y selección de experiencias realizadas en México;
2. análisis de documentos;
3. - reformulaciones pertinentes al proyecto de investigación;
4. búsqueda, selección y traducción de experiencias en otros países;
5. análisis comparativo de las experiencias nacionales y las extranjeras;
6. elaboración del informe

Participantes o destinatarios:

- equipo de investigación
- traductores

ACTIVIDAD 2

Título: Elaboración de una encuesta nacional sobre los actuales planes de estudio en las escuelas de comunicación y periodismo

Carácter: el objetivo de esta actividad es conocer la racionalidad que subyace en los programas formativos vigentes en las distintas escuelas de comunicación y periodismo del país.

La necesidad de esta encuesta surge de la inexistencia de un estudio de estas características y de la asunción del nivel de incidencia parcial, pero real, que tienen los modelos de comunicación que se imparten en las casas de estudio sobre la formación de los futuros profesionales y su visión global de la sociedad.

Esta primera aproximación servirá para detectar las características predominantes de estos planes de estudio, en qué tipo de sociedad se inscriben/^{a qué interés social corresponden,} qué relación tienen con el modelo industrial, cuál es el papel que le otorgan al comunicador, qué tipo de relación proponen entre emisor y receptor, cuál es el concepto de información, para qué y por qué se imparten estos cursos y cuáles son, en definitiva, las orientaciones que se proponen y qué modelo de comunicador buscan.

Se identificarán, lo que en opinión de los encuestados sean los obstáculos más comunes para desarrollar los programas académicos.

La muestra se constituirá por las principales escuelas de comunicación del país.

Tiempo: 7 semanas

Ejecución:

1. diseño de la encuesta;
2. elección y enlace de escuelas y directivos;
3. distribución y aplicación de los cuestionarios;
4. recabación de planes, programas y cuestionarios;
5. procesamiento analítico de los cuestionarios;
6. presentación de los resultados y conclusiones.

Participantes o destinatarios:

- directivos de escuelas de comunicación,
- encuestadores

ACTIVIDAD 3

Título: Elaboración de una encuesta nacional sobre la aplicación real de los planes y programas de estudio de comunicación, dirigida a los estudiantes de las escuelas contempladas en la muestra

Carácter: el objetivo de esta actividad es conocer la realidad de la preparación de los alumnos de comunicación, la real orientación y modelo de profesional que egresa de las escuelas de comunicación.

Tiempo: 5 semanas

Ejecución:

1. diseño de la encuesta;
2. elección y enlace con los estudiantes;
3. distribución y aplicación de los cuestionarios;
4. recabación y procesamiento de los cuestionarios;
5. presentación de resultados y conclusiones.

Participantes o destinatarios:

- estudiantes de último año de comunicación, correspondientes a las escuelas contempladas en la muestra
- encuestadores

ACTIVIDAD 4

Título: Elaboración de un informe comparativo de las líneas dominantes y omisiones en la formación de comunicólogos y comunicadores

Carácter: a partir de los datos obtenidos por la encuesta nacional sobre los actuales planes de estudio en las escuelas de comunicación y periodismo, surge la necesidad de cotejar las diferencias y similitudes en la formación profesional vigente y detectar las líneas dominantes que contienen los programas de estudio.

Este análisis permitirá visualizar la funcionalidad o disfuncionalidad que tiene el proyecto de un nuevo modelo de comunicación participativo para la realidad mexicana y el modelo dominante contenido en las propuestas formativas que hacen las escuelas de comunicación y periodismo del país.

Igualmente, permitirá a la luz de la recolección de los planes de estudio de diferentes escuelas de comunicación, de las opiniones de sus directivos, y de sus alumnos, analizar los contenidos de estos programas, con el objeto de descubrir las omisiones en la formación académica que reciben, en relación a las nuevas políticas de comunicación.

Tiempo: 5 semanas

Ejecución:

1. procesamiento de la información contenida en los diversos programas académicos;
2. análisis comparativo e identificación de las líneas formativas dominantes;
3. análisis comparativo de los resultados de las tres actividades anteriores;
4. elaboración del informe

Participantes o destinatarios:

- equipo de investigación

ACTIVIDAD 5

Título: Análisis de la situación de egresados de tres diferentes generaciones de Escuelas de Comunicación: opciones y dificultades laborales enfrentan

Carácter: en esta actividad se conocerá el destino y los problemas que los egresados de las escuelas de comunicación dentro del proceso comunicativo, una vez que han dejado las aulas universitarias. En esta perspectiva algunos diagnósticos señalan que muchos de ellos son absorbidos en ámbitos diversos, que no necesariamente son los medios de comunicación. De esta manera, se hace fundamental conocer cuáles son las causas que los llevan a tomar sus opciones laborales: problemas de oportunidades, problemas remunerativos y otras causas no determinadas. También es pertinente detectar cuáles serían las contradicciones probables de tales conductas ante un eventual cambio de las estructuras de comunicación.

Para los objetivos diseñados anteriormente se propone hacer un muestreo de tres generaciones correspondientes a años diferentes (por ejemplo 1975, 1977 y 1979). En estas circunstancias,

se piensa encuestar a 15 personas por generación.

Tiempo: 6 semanas

Ejecución:

1. diseño del cuestionario;
2. elección y enlace de los egresados;
3. distribución y aplicación de los cuestionarios;
4. recabación y procesamiento de los cuestionarios;
5. presentación de resultados.

Participantes o destinatarios:

- egresados de las generaciones de los años escogidos
- encuestadores

ACTIVIDAD 6

Título: Estudios sobre los procesos de formación del comunicador no universitario en los medios: consecuencias

Carácter: existen muchos profesionales que han llegado a los medios de comunicación sin ningún tipo de formación académica. No obstante, el trabajo diario en muchos de esos casos les da la posibilidad de adquirir el oficio, que se traduce a veces en el desempeño de cargos de alta responsabilidad en la estructura del medio en que están ubicados. La idea de esta actividad, por tanto, es detectar cuál es el proceso que se da, tanto en el interior del medio, como en la trayectoria personal del comunicador que le permite experimentar esa transformación, constituyéndolo a la postre, en una pieza clave en el proceso comunicativo.

Esta visión se unirá a los antecedentes del análisis sobre la formación universitaria, para proponer acciones que rescaten lo mejor de ambos procesos en la perspectiva de un comunicador abierto a la comunicación participativa.

La muestra se constituirá por comunicadores autodidactas en los principales medios de comunicación.

Tiempo: 8 semanas.

EJECUCION

1. Detección de casos concretos de comunicadores que hayan experimentado este proceso.
2. Diseño del cuestionario que permitirá identificar los tipos de formación empírica.
3. Aplicación del cuestionario
4. Procesamiento y evaluación del material obtenido
5. Presentación de conclusiones.

PARTICIPANTES O DESTINATARIOS

- Comunicadores autodidactas.
- Encuestadores

ACTIVIDAD No. 7

TITULO: Estudio sobre la percepción que los responsables de la producción de los medios/^{de comunicación} tienen sobre la formación en las escuelas/_{de comunicación} y las pautas que siguen ellos mismos para la formación empírica de sus subalternos.

CARACTER

Partiendo de la base que en muchos de los medios/se ^{de comunicación} opta preferencialmente por requerir del oficio de los comunicadores que no han tenido estudios universitarios, se hace un imperativo conocer las razones que motivan a los responsables de dichos medios a tomar esta opción.

Las causas pueden ser diversas: desde un problema generacional, hasta una situación competitiva que nace a partir de la formación académica. El objetivo, por tanto, es destacar por qué existe ciertos prejuicios de los medios respecto a las escuelas y sus profesionales. De acuerdo a esta situación, la actividad que planteamos persigue tres objetivos: a) buscar las causas de tales prejuicios; b) conocer las pautas que siguen los responsables de producción para la formación empírica de su personal; y c) proponer planes de acción para lograr un proceso integrador entre autodidactas y universitarios. Tanto lo académico como lo práctico, sometidos ambos a un adecuado análisis crítico, forman un conjunto de datos a tener en cuenta para implementar los cambios pertinentes en las estructuras de comunicación actual.

Para tales efectos se propone hacer un muestreo mediante cuestionarios a los responsables de diversos ^{de comunicación} medios/ cuya finalidad sea cubrir los propósitos mencionados anteriormente.

TIEMPO 8 semanas

EJECUCION

1. Diseño del cuestionario
2. Selección y enlace de los encuestados
3. Aplicación de los cuestionarios a responsables de periódicos, radio y televisión sobre el tema.
4. Procesamiento de la información obtenida.
5. Presentación de resultados y conclusiones.

PARTICIPANTES O DESTINATARIOS

• Directores, Subdirectores, jefes de redacción o información (según sea el caso) de los más diversos y variados medios de comunicación.

• Encuestadores

ACTIVIDAD No. 8

TITULO : Preparación de un programa de documentos y contenidos para el coloquio nacional.

CARACTER

A partir del documento base sobre las proposiciones elaboradas a nivel nacional e internacional existentes sobre la práctica comunicativa y los resultados obtenidos de la investigación hasta este punto, se preparará un programa de documentos. Dicho programa será entregado a los distintos participantes del coloquio Nacional para ser utilizado en la discusión central. Este programa será enriquecido por los participantes del coloquio.

TIEMPO 4 semanas

EJECUCION

1. Confrontación de los resultados de todas las actividades anteriores y elaboración de conclusiones generales.
2. Convocatoria a participantes para presentación de ponencias por escrito.
3. Recepción de ponencias
4. multiplicación de documentos para distribuir en el evento.

Participantes o destinatarios:

- grupo de investigadores
- académicos representantes de escuelas de comunicación
- representantes de los medios de comunicación

Actividad 9

Título: coloquio nacional para conocer la opinión de los comunicólogos y comunicadores sobre la comunicación participativa y la formación profesional en la comunicación social.

Carácter: es necesaria una reunión de comunicólogos y comunicadores con el fin de motivar un diálogo en torno al tema "comunicación participativa". Se revisarán documentos existentes a nivel nacional e internacional sobre el tema. Asimismo, se revisarán las características de la práctica comunicativa y la formación educativa de comunicadores y comunicólogos.

A manera de conclusión, se harán propuestas de cambio probables de la realidad del país.

Tiempo: 6 semanas

Ejecución:

1. planeación
2. organización del coloquio nacional
3. convocatoria y distribución del temario
4. realización del coloquio
5. sistematización de la información resultante

Participantes o destinatarios:

- comunicadores de influencia nacional vinculados a los órganos de información
- representantes de las principales escuelas de comunicación del país
- grupo promotor del coloquio

ACTIVIDAD 10

Título: Elaboración de un documento de conclusiones del coloquio sobre las proposiciones y actitudes de los asistentes al coloquio para una comunicación participativa

Carácter: a partir de los informes sobre los debates llevados a cabo en el coloquio nacional se elaborará un documento síntesis sobre las proposiciones y actitudes de los representantes de los medios de comunicación, los académicos y directivos de las escuelas nacionales para promover el cambio de la formación de comunicólogos y comunicadores hacia una comunicación participativa. El contenido de este documento estará íntimamente vinculado a las conclusiones de las demás investigaciones.

Tiempo: 3 semanas

Ejecución:

1. análisis del informe sobre los debates llevados a cabo en el coloquio nacional;
2. sistematización de las proposiciones y actitudes de los representantes de los medios de comunicación y de las escuelas nacionales;
3. elaboración del informe

Participantes o destinatarios:

- equipo de investigación

Actividad 11

Título: Divulgación de los resultados de la investigación

Carácter: Se propondrá una estrategia global de divulgación destinada a los comunicólogos y comunicadores del país.

A la luz del documento síntesis sobre las proposiciones y actitudes de los representantes de las escuelas y de los medios masivos de comunicación, se elaborará un texto claro, breve y preciso, para la producción de un folleto sobre las alternativas propuestas para una comunicación participativa.

Esto permitirá dar a conocer a los comunicadores de la República, los postulados sobre una comunicación participativa y, sobre la inserción de ellos mismos en una sociedad donde la comunicación aparezca democratizada.

Tiempo: 5 semanas

Ejecución:

1. elaboración de la estrategia de divulgación
2. elaboración del texto original para el folleto
3. desarrollo de tareas necesarias para el cumplimiento de la estrategia de divulgación

Participantes o destinatarios:

- comunicadores de todo el país
- equipo de investigación