



DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA
SANTA FE CIUDAD DE MEXICO

CC
AJ
1588

Ciudad de México, 29 de marzo de 1995

MTR. CARLOS LUNA

Presente

913-6693434

Muy estimado Carlos:

Adjunto a la presente encontrarás una lista tentativa de las instituciones que participarán en la investigación de FELAFACS y en los talleres de Colima y Querétaro. La lista incluye los nombres de los rectores, de los representantes tentativos y el número de fax al que puedes comunicarte. Únicamente me restaría por confirmar la presencia de la Ibero León y, de los que están fuera de la lista, de la ENEP-Acatlán y el ISMAC. Te recuerdo la carta a enviar a los rectores de las instituciones: por mi parte yo enviaré un fax a todos los que se apuntaron recordándoles las características del listado cuyo avance sustancial deberán tener en mayo.

También te informo que ya recibí de Bogotá el cuestionario con las modificaciones que iban a hacerle Juan Guillermo y Joaquín. Quedó prácticamente igual a lo que trabajamos en Villa de Leyva. ¿Tienen una copia o quieren que se las envíe? Por favor avísame de cualquier manera (si ya lo recibieron, si quieren que lo envíe)
Sin más por el momento recibe un saludo

Atentamente


MTRA. CLAUDIA BENASSINI FELIX

Fiel. Franco de la Reforma 880
Ciudad de México, D.F.
06700
517 5700

A la Unión de Solicitantes de Vivienda, "El Carmen", A.C., se sumaron otras personas, con la necesidad común de un espacio para vivir y sin los recursos para pagar los más blandos créditos.

Para la construcción de las viviendas se consiguió un donativo de FAPRODE, con el cual se constituyó un fondo revolving.

2.- DESCRIPCIÓN DE LA COMUNIDAD Y NECESIDADES.

En México nos falta mucha formación a todos los niveles, de ahí que tengamos un alto porcentaje sin la capacitación necesaria para un trabajo que les remunere para vivir dignamente como hijos de Dios.

Los hombres, aparte de un trabajo con el cual ganan una cantidad mínima para vivir para subsistir, ya sea por su poca preparación, por leyes que no protegen el salario del trabajador, ya sea porque traen la lacra de una mala alimentación, o no se les dieron horizontes, buscan el refugio en la drogadicción y/o alcoholismo, produciendo gente floja, apática, pasiva, que orilla a la esposa a tener que trabajar descuidado la educación, la formación y el dar el ambiente que todo hijo necesita para en el futuro ser responsable y útil a la comunidad. De ahí que tengamos niños que estorban, que pasan el día haciendo travesuras por lo que se les considera niños molestos a los que hay que regañar, castigar, golpear, al regresar las madres de sus trabajos y recibir las quejas de los vecinos o de las personas que supuestamente los cuidan, produciendo vandalismo, drogadicción, es decir personas problemáticas para la sociedad.

Por este motivo hemos pensado en construir una guardería, un jardín de niños, salones en donde las madres, los padres así como adultos reciban la formación necesaria en bien de sus hogares, de sus hijos, de ellos mismos y de la comunidad. Todo esto administrado por una religiosa o una profesional.

En la guardería el personal serían las mismas madres de la colonia a las que se daría la capacitación necesaria, trabajando 2 horas a fin de que puedan dar lo mejor, y se les remuneraría con una paga simbólica. Esta capacitación sería en los salones por personal profesional en el área.

Al niño se le daría el ambiente normal para desarrollarse de tal manera que se convierta en una persona de bien al servicio de los demás. La atención sería personalizada y de acuerdo a sus edades se les educaría en un ambiente de derecho y obligación para el bien de ellos y de la comunidad.

Del jardín de niños pasarían a una primaria atendida por los Hermanos Maristas y después a una secundaria de los mismos hermanos completando así la formación deseada.

3.- JUSTIFICACIÓN.

Los motivos de la hermana Orfa para trabajar en este proyecto nacen del impacto de constatar que "cuando por falta de cultura hay personas mayores, jóvenes, niños sin horizontes, obligados por ello a vivir marginados, sintiéndose incapaces para relacionarse con los demás; cuando no tienen voz por su misma indigencia, cuando no se les puede hablar del amor de Dios por que no hay medios que se los hagan sentir, entonces se lanza uno a hacer todos los proyectos imaginables y por ésta razón éste proyecto.

- 18.- Universidad Iberoamericana Plantel León
Rector: Arq. Carlos Velasco Arzac
Lic. Rodolfo Horner
91-47-11-54-77
- 19.- Universidad Iberoamericana Plantel Santa Fé
Rector: Lic. Carlos Vigil Avalos
Mtra. Claudia Benassini
915-292-02-58
- 20.- Universidad Intercontinental
Director: Lic. Carlos Chávez López
Lic. Cecilia Thomsen
915-57385-44 ext. 1211
- 21.- Universidad Latinoamericana
Rector: C.P. Sergio González Villar
Lic. Susana Casarín/Lic. Irma Martínez
915-604-51-07
- 22.- Universidad Nacional Autónoma de México (FCPS)
Rector de la Facultad: Dr. Juan Felipe Leal
Lic. Francisco Peredo/Mtra. Margarita Yépez
915-666-83-34
- 23.- Universidad Regiomontana
Rector: Dr. Pablo Longoria
Lic. Laura Márquez
918-333-20-82
- 24.- Universidad Veracruzana
Rector: Lic. Emilio Gidi Villarreal
Lic. Edelmira García
91-29-21-56-46

- Lic. David Fragoso
589-97-96
- 10.- Universidad Autónoma de Aguascalientes
Rector: Ing. Gonzalo González Hernández
Lic. Rebeca Padilla
91-49-12-33-45
- 11.- Universidad Autónoma de Baja California
Rector: C.P. Luis Garabito
Lic. Katery Mónica García Martínez
91-65-57-92-00
- 12.- Universidad Autónoma de Coahuila
Rector: Dr. Alejandro Dávila Flores
Lic. Nohora Espinosa
91-84-17-00-62
- 13.- Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco
Director de la División: Mtro. Felipe Campuzano V.
Lic. Consuelo Beas
915-594-63-05
- 14.- Universidad de Colima
Rector: Lic. Fernando Moreno Peña
Lic. Luis Bueno Sánchez
91-331-430-06
- 15.- Universidad de las Américas Puebla
Decano de la División de Ciencias Sociales:
Dr. José Antonio López Maldonado
Mtro. José Cisneros Espinoza
91-22-29-26-35
- 16.- Universidad de Sonora
Rector: Lic. Fernando Cota Madero
Lic. Jorge Estupiñán
91-62-13-71-59
- 17.- Universidad Iberoamericana Plantel Laguna
Rector: Lic. Luis Narro
Lic. Enrique Esquivel López
91-17-18-90-45

RELACION DE INTERESADOS EN PARTICIPAR EN EL TALLER
CAMPOS LABORALES Y MERCADOS PROFESIONALES
COLIMA, 4, 5 Y 6 DE MAYO DE 1995.

- 1.- Escuela de Comunicación Social de Sinaloa
Lic. Ma. Teresa Zazueta Zazueta
91-67-13-58-29
- 2.- Escuela de Periodismo Carlos Septién García
Dir.: Lic. Manuel Pérez Miranda
Lic. Yumín Monfort Kelly
915-518-55-65
- 3.- Instituto Superior de Ciencia y Tecnología (ISCYTAC)
Rector: Ing. Harry Augusto de la Peña
Lic. Francisco Palomo
917-50-24-26 ext.110
- 4.- ITESM-Campus Estado de México
Rector del Campus: Ing. Emilio Alvarado Badillo
Mtra. Dolores Angeles Ricaño
326-57-89
- 5.- ITESM-Campus Monterrey
Rector del Campus: Mtro. Ramón de la Peña Manrique
Dr. José Carlos Lozano/Lic. Magdalena Pérez
918-358-2000 ext. 4550
- 6.- ITESM-Morelos
Rector del Campus: Dr. Enrique Zepeda Bustos
Lic. Imelda Hernández
91-73-18-49-51
- 7.- ITESM-Querétaro
Rector del Campus: Ing. Rodolfo Coyola Vera
Mtra. Ana Luisa Urquiza
91-42-11-00-13 ext.235
- 8.- ITESO
Pendiente
- 9.- Universidad Anahuac
Rector: Lic. Raymond Cosgrave

4.- SOLICITUD.

Solicitamos ayuda para construir en primer lugar el jardín de niños, enseguida la guardería y por último los salones de formación para los adultos.

Después quisiéramos ayuda para la encargada de la administración y del profesorado pues aunque si se cobraría algo a los padres, creemos no es suficiente para los sueldos.

Página 3

LCC
AI
1588

Felafacs
Federación Latinoamericana
de Asociaciones de Facultades
de Comunicación Social

Guadalajara, Septiembre 27 de 1985.

La reciente investigación sobre la Formación Profesional de los Comunicadores Sociales en América Latina aportó una información que es necesario atender: el asunto de las bibliografías.

El documento al respecto, que se extrajo de los cuestionarios y que no está incluido en el reporte final, es demasiado amplio, disperso y poco útil. Atiende, más que otra cosa, a las posibilidades de adquisición de libros en cada localidad.

Por otra parte, algunas observaciones directas, nos han permitido constatar que no son la mayoría, las facultades que cuentan realmente con la suficiente cantidad de libros para apoyar la docencia y la investigación.

A la FELAFACS le parece oportuno que los aportes del estudio citado y un trabajo específico que se haga hacia el interior de los países, nos permita elaborar una Bibliografía de Comunicación Básica para América Latina, que sea útil a los profesores, accesible a los estudiantes, apoyo para las investigaciones y punto de partida para la elaboración de textos que atiendan más a nuestras realidades.

Por estas razones, la FELAFACS inicia ahora un nuevo proyecto para:

- a) la elaboración de una bibliografía por países, que sería recomendada a las facultades por la asociación nacional.
- b) la elaboración de una bibliografía básica para América Latina.
- c) Detectar la posibilidad de acceso a la bibliografía por cada una de las facultades y al mismo tiempo, conocer la existencia de libros en cada una de ellas.
- d) buscar apoyo para ayudar, a aquellas facultades que lo necesiten, a la adquisición de los libros básicos; recomendar a las editoriales la reedición de algunos textos y la traducción y edición de otros.

El proyecto tendría los siguientes pasos:

- 1.- Cada asociación nacional elabora una bibliografía básica para su país, que incluya lo general e inherente al estudio general de la comunicación, así como los libros que aborden la problemática local y nacional. Esta bibliografía debe tener como mínimo 20 títulos y como máximo 50 la bibliografía será circulada entre las escuelas, para enriquecerla y además, para que indiquen si está en existencia en su biblioteca y cuántos ejemplares tienen.

Con esta consulta, tanto la asociación, como la FELAFACS estarán en condiciones de conocer las necesidades susceptibles de ser apoyadas.

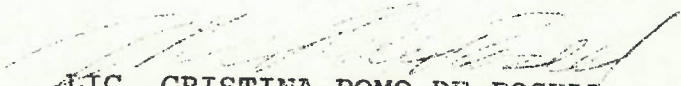
- 2.- Con el aporte de cada uno de los países, se elabora una bibliografía común. La bibliografía de cada país deberá ~~enviarse~~ enviarse antes de diciembre de 1985 a Cristina Romo, ITESO. Niños Héroe 1342-8 Guadalajara, Jal. Méx.

3.- La FELAFACS estudia el asunto y prepara un proyecto para solicitar a algún organismo internacional el apoyo para poder dotar del mínimo a las facultades.

Es importante que el trabajo se haga con rapidez para poder saber qué tan grande debe ser el apoyo. Se entiende que si no hay respuesta en su país no hay problemas con los libros.

Agradezco de antemano el favor de su atención.

C O R D I A L M E N T E



LIC. CRISTINA ROMO DE ROSELL.

CCC
AI
1588

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Santafé de Bogotá Universidad Javeriana Cra 7 N° 43 - 82 p.7 Ed. Angel Valtierra

FASE A "INFORMACIÓN DE REFERENCIA"

Estudio de mercado y expectativas profesionales

Presentación

Felafacs está realizando esta investigación sobre «Mercados y expectativas profesionales en el área de Comunicación en América Latina» con el objetivo de descubrir, caracterizar y analizar las tendencias del mercado profesional y las creencias de los diversos actores involucrados en las actividades de comunicación en América Latina. La investigación se está realizando en todos los países del continente de la misma manera. Le ruego colabore con nosotros contestando a las preguntas de este cuestionario que corresponde a la primera fase del estudio: «Información de Referencia». Con él se busca obtener una base lo más completa de las tendencias de formación de las diversas facultades en los últimos 14 años.

Cuestionario N°:

Provincia: _____

Nombre y apellidos del recolector: _____

Universidad: _____

Carácter de la Universidad Pública
 Privada

Facultad/Escuela: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

Fax: _____

p.1: Díganos por favor cuáles son las «áreas de orientación» de su Facultad o Escuela; el número de estudiantes actualmente matriculados en cada área; y el número total de estudiantes titulados en cada área desde 1980.

Instrucción: Llamamos «áreas de orientación» a aquella asignatura o conjunto de asignaturas del currículo donde se brinda una enseñanza específica y práctica de alguno de los campos profesionales de la comunicación. Por ejemplo periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación organizacional, producción de T.V, etc. Son las que algunas Escuelas o Facultades llaman «Enfasis profesionales» o «Áreas de profesionalización» o «Subsistemas».

Area de orientación	N° de estudiantes matriculados	N° estudiantes titulados desde 1980
1. _____		
2. _____		
3. _____		
4. _____		
5. _____		
6. _____		
7. _____		

p.2: Ahora díganos por favor las modificaciones que han tenido esas «áreas de orientación» desde 1980 hasta hoy, el año o los años en que ha ocurrido esa modificación y una razón para esa modificación.

Instrucción: las modificaciones de las «áreas» son los cambios de orientación que han tenido por la demanda de nuevos campos profesionales o por la ausencia de ellos. Por ejemplo en muchas Facultades el área denominada «Comunicación Empresarial» pasó a ser «Comunicación Organizacional».

Area de orientación	Modificación	Año	Razón
1. _____			
2. _____			
3. _____			
4. _____			
5. _____			

p.3: Señale por favor si existen documentos sobre las «áreas de orientación» y diga el título de cada uno de los documentos, el año en que fueron realizados y anéxeles al cuestionario.

¿Existen documentos sobre áreas de orientación?

Si

No

Instrucción: Llamamos «documentos» a cualquier escrito realizado por o en la Facultad sobre el tema de una o de todas las áreas de orientación. Generalmente son documentos mecanografiados o en computador que señalan el objetivo del área, las asignaturas que incluye y su duración y creditaje. Si esos documentos se hayan dentro del «Libro de Programas» que contiene el Plan de estudios general, por favor envíenos el libro.

	Año	Título
1.		_____
2.		_____
3.		_____
4.		_____
5.		_____
6.		_____
7.		_____
8.		_____
9.		_____
10.		_____

p.4: Díganos por favor el tipo de Trabajo de Grado que realizan los estudiantes, el tiempo que demoran realizándolo y las formas de evaluación.

No existe trabajo de grado

Instrucción: cuando decimos «Tipo de Trabajo de Grado» estamos hablando de las diferentes modalidades de grado. Estos trabajos pueden ser producciones técnicas como videos o alguna otra modalidad de producción, monografías o tesis de grado, seminarios de final de carrera; y pueden ser evaluados como parte de una asignatura o como trabajo especial.

	Tipo de trabajo	Duración	Forma de evaluación
1.	_____	_____	_____
2.	_____	_____	_____
3.	_____	_____	_____

p.5: Señale y anexe los documentos producidos en o por la Escuela o Facultad sobre «Mercados Profesionales», el tipo de documento, el título y el año de realización.

No existen documentos

Instrucción: estos documentos pueden ser ponencias de profesores, investigaciones realizadas para o por la Escuela o Facultad, o documentos de trabajo. Estos documentos pueden ser diagnósticos, análisis o descripciones del mercado profesional.

Tipo de documento	Año	Título
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

p.6: Díganos si la práctica profesional de los estudiantes está relacionada con las áreas de orientación, en qué semestre o año del plan de estudios se hace y si los estudiantes quedan vinculados con las organizaciones.

Instrucción: entendemos por práctica *profesional* el trabajo que realiza un estudiante en una organización en alguno de los campos de la comunicación al finalizar sus estudios o durante ellos y que está supervisado por la Escuela o Facultad. Si la escuela o facultad no tiene áreas de orientación señale simplemente las prácticas que hacen los estudiantes.

Area de orientación de la práctica	Semestre o Año	Tipo de vinculación con la organización
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

p.7: Díganos en qué tipo de organizaciones realizan los estudiantes sus prácticas profesionales, la duración de esa práctica -en meses- y señale si son remuneradas

Instrucción: díganos el tipo de organizaciones y no las organizaciones en concreto. Por ejemplo emisoras de radio, periódicos locales y/o nacionales, agencias de publicidad, bancos, hoteles, programadoras de T.V., universidades, etc.

Tipo de organización	Duración de la práctica	¿Hay remuneración?
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

p.8: Señale los recursos de infraestructura con que cuenta la Escuela o Facultad para las asignaturas de las áreas de orientación.

Instrucción: recursos de infraestructura son por ejemplo estudios de T.V, emisora de radio, sala de computadores, centro de documentación, etc.

Recursos de infraestructura	Areas de orientación que los requieren
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	

p.9: Díganos el número total de profesores de la Escuela o Facultad de dedicación exclusiva, dedicación parcial y por asignatura y el salario *en dólares* que reciben.

Instrucción: dedicación exclusiva son profesores de tiempo completo, dedicación parcial son profesores de medio tiempo, y asignatura son profesores de cátedra por horas. Para el salario díganos lo que gana un profesor de Tiempo completo y medio tiempo al mes, y lo que gana el profesor de asignatura por la hora de clase trabajada.

	Número	Salario(US\$)
Profesores dedicación exclusiva		
Profesores dedicación parcial		
Profesores asignatura		

p.10: Díganos el número total de profesores de las áreas de orientación de dedicación exclusiva, dedicación parcial y por asignatura; el número total de profesores que tienen título de Comunicador y/o su variedad y el número de profesores con título de postgrado.

Instrucción: Cuando decimos título de comunicador o su variedad nos referimos a las diferentes modalidades de títulos que dan las Escuelas o Facultades de comunicación como Licenciado en Comunicación Social, o comunicador social periodista, etc.

Area de orientación	N° profesores dedicación exclusiva	N° profesores dedicación parcial	N° profesores asignatura
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

N° total de profesores de la Escuela/Facultad	N° profesores con título de Comunicador	N° profesores con Postgrado

p.11: Indíquenos el número de profesores de las áreas de orientación que realizan actividades profesionales fuera de la docencia y qué tipo de actividades realizan.

Instrucción: indíquenos cuántos de ellos son por ejemplo periodistas o publicistas o jefes de relaciones públicas, o si son pequeños empresarios, o pintores, músicos, gerentes de banco, etc.

Area de orientación	N° profesores con otra actividad	Tipo de actividad
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

p.12: Díganos por favor si las áreas de orientación generaron estudios de postgrado dentro de la Escuela o Facultad o viceversa.

No existen postgrados

Instrucción: por ejemplo si el área de periodismo generó un postgrado en periodismo económico o uno en periodismo televisivo, o al contrario si el postgrado en Comunicación Organizacional generó un área de relaciones públicas.

Area de orientación	Postgrado
1.	
2.	
3.	

Postgrado	Area de orientación
1.	
2.	
3.	

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Santafé de Bogotá

Pontificia Universidad Javeriana

Cra 7 N° 43 - 82 p.7

Ed. Angel Valtierra

Mercados y expectativas profesionales

FASE B
"INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL"
MODELO PARA LA RECOLECCIÓN DE
INFORMACIÓN

INFORMACION PERSONAL

Apellidos		Nombres	
Sexo	Estado Civil	Fecha de nacimiento	Ciudad
<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> O	Día Mes Año <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
Dirección residencia		Teléfono	Ciudad
Dirección oficina		Teléfono	Ciudad

INFORMACION ACADEMICA

Año egreso Esc/Fac.	Año de grado	Postgrado	Universidad	Año de grado

INFORMACION ACADEMICA

	Trabajo Actual	Trabajo Anterior	Pública	Privada	Coherencia con estudios
Empresa					
Departamento					
Cargo					
Expectativas de Trabajo					

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Santafé de Bogotá

Universidad Javeriana

Cra 7 N° 43 - 82 p.7

Ed. Angel Valtierra

FASE B

"INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL"

Estudio de mercado y expectativas profesionales

Presentación

Felafacs está realizando esta investigación sobre «Mercados y expectativas profesionales en el área de Comunicación en América Latina» con el objetivo de descubrir, caracterizar y analizar las tendencias del mercado profesional y las creencias de los diversos actores involucrados en las actividades de comunicación en América Latina. La investigación se está realizando en todos los países del continente de la misma manera. Le ruego colabore con nosotros contestando a las preguntas de este cuestionario que corresponde a la segunda fase del estudio; «Inserción en el mercado laboral» en el que se busca conocer las actividades profesionales de los egresados de una muestra de Facultades.

Cuestionario N°:

Municipio: _____

Provincia: _____

Nombre y apellidos del recolector:

Universidad: _____

Carácter de la Universidad Pública

Privada

Facultad/Escuela: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

Fax: _____

p.1: Díganos por favor el número total de egresados de su Escuela o Facultad desde 1980. De ese total indíquenos cuántos son hombres, cuántas mujeres, el promedio de edad con el cual egresan, el estado civil y el número total de titulados.

Instrucción: egresados son aquellos estudiantes que finalizan sus estudios cumpliendo con todos los requisitos y que ingresan al mercado profesional titulados o sin titular.

		N° de egresados	N° de titulados
Hombres	Edad promedio		
	Estado civil		
	TOTAL		
Mujeres	Edad promedio		
	Estado civil		
	TOTAL		
TOTAL:		()	TOTAL: ()

p.2: Ahora díganos por favor el número total de titulados desde 1980 con estudios de postgrado y las principales áreas en que han realizado dichos estudios.

Instrucción: indíquenos las áreas generales como por ejemplo Ciencias Políticas, o Economía, Administración, Comunicación y Cultura, etc.

Areas de postgrado	Número	
1. _____		
2. _____		
3. _____		
4. _____		
5. _____		
6. _____		
7. _____		
TOTAL:		()

p.3: Señale por favor el tipo de empresas y el número de egresados de su escuela o facultad que trabajan en ellas desde 1980. Díganos si son públicas, privadas o empresas propias

Instrucción: diga el tipo de empresa que puede ser periódico, agencia de publicidad, emisora de radio, banco, ministerio, etc., y el número de egresados vinculados con cada tipo de empresa.

Tipo de empresa	Pública, privada o propia	Número de egresados
1. _____		
2. _____		
3. _____		
4. _____		
5. _____		
6. _____		
7. _____		

TOTAL: _____

p.4: Díganos por favor en qué departamentos dentro de las empresas trabajan los egresados de su Escuela o Facultad desde 1980.

Instrucción: indique el departamento por ej: redacción, edición, creativo, relaciones públicas, personal, etc y el número de egresados por cada departamento.

Departamentos de las empresas	Número de egresados
1. _____	
2. _____	
3. _____	
4. _____	
5. _____	
6. _____	
7. _____	

TOTAL: _____

p.5: Señale el tipo de cargo que ocupan los egresados de su Escuela o Facultad dentro de las organizaciones, las expectativas de trabajo que tienen y la coherencia o no con los estudios realizados.

Instrucción: el cargo puede ser director, reportero, fotógrafo, jefe de departamento, etc. Las expectativas sintéticas en categorías como adquisición de nuevos conocimientos, desarrollo de proyectos personales, mejora salarial, ascenso, etc.

Tipo de cargo	Espectativas de trabajo	Coherencia con los estudios
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		