

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**"Expectativas laborales de los estudiantes
de Ciencias de la Comunicación,
de las diferentes universidades del país"**



**Trabajo de tesis presentado por
Ana Ligia Segura Morales**

**Previo a optar el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, octubre de 1995.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, mayo 4 de 1993.
ECC 515-93

Señorita estudiante
Ana Ligia Segura M.
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 6.2 del punto SEXTO, del Acta No. 16-93 de sesión celebrada el 29 de abril de 1993.

"SEXTO:... 6.2... Comisión Directiva Paritaria, en vista del informe favorable presentado por la Comisión de Tesis, ACUERDA: a) aprobar a la estudiante ANA LIGIA SEGURA M., carnet No. 8616118, el punto de tesis EXPECTATIVAS LABORALES DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION DE LAS TRES UNIVERSIDADES DEL PAIS -UN ESTUDIO COMPARATIVO-; b) nombrar como asesor de tesis al licenciado Juan José Morales."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Cristóbal Rivera López
Secretario.

CRL/rde
c.c. Lic. Juan José Morales
Comisión de Tesis



FAKULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Señores
Comisión de Tesis
Edificio

Distinguidos señores:

Por medio de la presente informo a ustedes que he revisado la versión final del trabajo de investigación de tesis del (la) estudiante

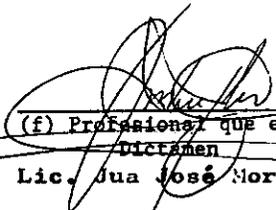
Ana Ligia Segura Morales

Carnet No. 8616118
cuyo tema es "Expectativas laborales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las diferentes universidades del país".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


(f) Profesional que emite el
Dictamen

Lic. Juan José Morales G.

Nota: se sugiere a los Licenciados Favio Hernández y Carlos Guerra para integrar el Comité de Tesis.

cc/archivo
estudiante

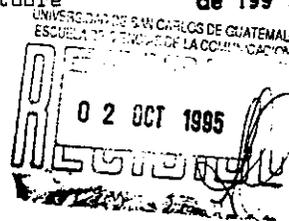
PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

LA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, 2 de Octubre de 1995



Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____

ANA LIGIA SEGURA MORALES

Carnet No. 8616118, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es _____

"Expectativas laborales de los estudiantes de Ciencias de la Comuni-
cación de las diferentes Universidades del país"

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Miembro Comisión Revisora

Lic. Miguel Antonio Paredes

Miembro Comisión Revisora

Lic. Miguel Angel Juárez

Presidente Comisión Revisora

Lic. Juan José Morales

cc/estudiante
archivo
correlativo



CUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, octubre 11 de 1995.
ECC 1268-95

Señorita estudiante
Ana Ligia Segura Morales
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 2.4.1, del punto SEGUNDO, del Acta No. 37-95 de sesión celebrada el 9 de octubre de 1995.

"SEGUNDO:... 2.4.1... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis EXPECTATIVAS LABORALES DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION DE LAS DIFERENTES UNIVERSIDADES DEL PAIS, presentado por la estudiante ANA LIGIA SEGURA MORALES, carnet No. 8616118, en base al dictamen favorable del Comité de Tesis nombrado para el efecto y lo establecido en la norma Octava de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente. b) Se autoriza la impresión de dicha investigación; c) Se nombra a los licenciados Mario René Chávez y Jesús Alvarado Mendizábal (titulares), así como al licenciado René Paniagua (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, licenciado Juan José Morales (Presidente), licenciado Miguel Antonio Paredes y licenciado Miguel Angel Juárez, integren el tribunal examinador; d) Se autoriza a la Dirección de esta Escuela, para que fije la fecha del examen final de graduación."

Atentamente,

"D Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Miryam Yucuté M.
Secretaria



MYM/rde
c.c. Comisión de Tesis

*"Para los efectos legales únicamente el
tesinando es responsable de contenido
de este trabajo".*

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

COMISION DIRECTIVA PARITARIA

Director: Lic. Carlos Interiano
Lic. César Urizar M.
Lic. Cristóbal de J. Rivera L.
Estudiante Héctor Salvatierra
Estudiante Gustavo Bracamonte
Estudiante Carlos Menocal

Secretario: Licda. Miriam Yucuté

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Mario René Chávez
Lic. Jesús Alvarado Mendizábal
Lic. Mario René Paniagua
Lic. Juan José Morales
Lic. Miguel Antonio Paredes
Lic. Miguel Ángel Juárez

ASESOR DE TESIS

Lic. Juan José Morales García

INDICE

RESUMEN

| | |
|--------------------|---|
| INTRODUCCION | 1 |
|--------------------|---|

CAPITULO I

| | |
|---|---|
| LA UNIVERSIDAD Y LOS ESTUDIOS PROFESIONALES DE COMUNICACION EN GUATEMALA | 3 |
|---|---|

1.1 Antecedentes Históricos

| | |
|---|---|
| 1.2 Objetivos de los establecimientos de comunicación en Guatemala | 5 |
|---|---|

1.2.1 Escuela de Ciencias de la Comunicación,
USAC

1.2.2 Departamento de Ciencias de la
Comunicación, URL

1.2.3 Facultad de Ciencias de la Comunicación,
UFM

| | |
|---|---|
| 1.3 Perfil Profesional en Escuelas de Comunicación de Comunicación | 9 |
|---|---|

1.3.1 Diseño del Perfil

1.3.2 Capacidades del Comunicador Social

| | |
|-----------------------------|----|
| 1.4 Planes de Estudio | 13 |
|-----------------------------|----|

1.4.1 Plan de Estudio USAC

1.4.2 Plan de Estudio URL

1.4.3 Plan de Estudio UFM

CAPITULO II

| | |
|---|-----------|
| MERCADO LABORAL DEL COMUNICADOR SOCIAL | 18 |
| 2.1 <i>Espacio Profesional</i> | |
| 2.2 <i>El Espacio Profesional en Guatemala</i> | 20 |
| 2.2.1 <i>La Problemática Salarial del Comunicador Social en Guatemala</i> | 21 |
| 2.3 <i>La Imagen del Comunicador Social</i> | 23 |
| 2.3.1 <i>La Identidad Profesional</i> | 24 |

CAPITULO III

| | |
|---|-----------|
| PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS | 26 |
| 3.1 <i>Resultados del cuestionario otorgado a los estudiantes de las diferentes universidades del país</i> | |
| 3.1.1 <i>Concordancias de Opinion de las tres universidades del país ...</i> | 48 |
| 3.2 <i>Resultados de las oficinas de Relaciones Publicas. (SECTOR PUBLICO Y PRIVADO)</i> | 52 |
| 3.2.1 <i>Concordancias entre las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público y Privado</i> | 61 |

CAPITULO IV

| | |
|---|-----------|
| SUPUESTOS TEORICOS EN BASE A OBJETIVOS | 63 |
| CONCLUSIONES | 67 |
| RECOMENDACIONES | 68 |
| BIBLIOGRAFIA | 69 |
| ANEXO | 72 |

INTRODUCCION

"Las expectativas laborales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las diferentes universidades del país". es un trabajo de investigación que pretende hacer un diagnóstico de las aspiraciones de empleo de los futuros egresados y su oportunidad de inserción dentro la estructura ocupacional.

El método aplicado es el autodiagnóstico de Daniel Prieto, cuya estructura permitió cumplir con los objetivos de esta investigación.

Los objetivos que guiaron el estudio son los siguientes: a) Determinar si concuerdan las expectativas laborales de los estudiantes y su perfil profesional. b) Relacionar expectativa laboral del futuro egresado y su oportunidad de empleo. c) Determinar si las instituciones están contratando Licenciados en Ciencias de la Comunicación. d) establecer si existe concordancia entre lo que solicita la oferta laboral y su preparación académica.

Se puede decir que los objetivos de investigación fueron alcanzados en forma satisfactoria a pesar de las limitaciones existentes, como la escasa información documental.

El trabajo de campo se efectuó en dos etapas, la primera consistió en pasar un cuestionario a los estudiantes de USAC, URL y UFM del último año de la carrera en Ciencias de la Comunicación y de los resultados obtenidos, acerca de sus expectativas laborales, se procedió a realizar la segunda parte.

Esta comprendió en encuestar a los encargados de las instituciones, las cuales fueron seleccionadas previamente, por parte de los estudiantes, como la aspiración de empleo que ellos quieren alcanzar.

El procedimiento de selección de la muestra se realizó en base al 50% de los estudiantes del último año de la carrera de Ciencias de la Comunicación, tanto de la Universidad de San Carlos, como de la Universidad Rafael Landívar y Francisco Marroquín.

Para seleccionar la muestra de las instituciones escogidas por los estudiantes, en cuanto a expectativas laborales, se tomó el 50% de las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público registradas en la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, por lo que, el método al azar fue el utilizado para la selección de dicha muestra.

En efecto, para poder investigar las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Privado, se procedió a equiparar la muestra con la anterior.

Se contó con la fina colaboración de la Escuela en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, con el Departamento de Comunicación de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar y con la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Francisco Marroquín; así como con las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público y del Sector Privado: Bandesa, Corte Suprema de Justicia, Guatel, IGSS, Ministerios de Educación, Finanzas Públicas, Relaciones Exteriores y Economía, Municipalidad de Guatemala y Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia, Bayer de Guatemala, Banco del Café. G&T, Internacional, de los Trabajadores, Cámaras de Comercio e Industria, Cervecería Centroamericana, McDonald's y Tabacalera Nacional.

Espero que este trabajo de investigación de tesis, sea un aporte para investigaciones futuras.

CAPITULO I

LA UNIVERSIDAD Y LOS ESTUDIOS PROFESIONALES
EN GUATEMALA

Actualmente, Guatemala cuenta con cinco universidades que ofrecen al estudiante variadas opciones de estudio profesional. Una de dichas universidades es estatal y las otras cuatro son privadas. Sin embargo, solamente tres, cuentan con Escuelas o Facultades de Comunicación: San Carlos, Rafael Landívar y Francisco Marroquín. A continuación se presentan los antecedentes históricos de dichas universidades.

1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

La Universidad de San Carlos fue la primera universidad que se fundó en el país, con la finalidad de contribuir al bienestar de la nación, mediante el estudio científico de la realidad, la formación profesional de recursos humanos y la prestación de servicios directos a la población.

Dicha Universidad inició su actividad con la Facultad de Humanidades, Derecho y Medicina. Años más tarde, introdujo al Campus Universitario otras disciplinas, entre las cuales figuró la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Esta carrera nació gracias a la antigua Escuela Centroamericana de Periodismo, que de 1952 a 1974, estuvo representando a nivel Centroamericano al estudio superior del Periodismo. Sin embargo sus serios problemas organizativos y financieros, por los que estaba atravesando en las últimas fechas, motivaron la reorganización de dicho establecimiento y la separación total de la Facultad de Humanidades.

En 1975, la "Escuela Centroamericana de Periodismo" cambió su nombre por "Escuela de Ciencias de la Comunicación", gozando de una nueva estructura académica/administrativa/financiera, lo que benefició al estudiante universitario.

Hasta 1983, la nueva Escuela en Ciencias de la Comunicación ofreció los mismos títulos académicos que la Escuela Centroamericana de Periodismo: Periodista Profesional y Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Un año después, incorporó en su plan de estudios las carreras intermedias de Publicista Profesional, Locutor Profesional y Fotógrafo Profesional, esta última se suspendió por carecer de alumnado. (Manual de Organización. USAC.1986)

A pesar que la Universidad de San Carlos fue la primera casa de estudios en el país en ofrecer la carrera de Ciencias de la Comunicación, hoy en día, existen universidades privadas que brindan al estudiante esta misma oportunidad, como la Universidad Landívar y Marroquín. A continuación se presenta la reseña histórica de la Universidad Rafael Landívar.

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION SOCIAL
FACULTAD DE HUMANIDADES**

La Universidad Rafael Landívar fue fundada como la primera universidad privada del país, el 18 de octubre de 1961. La Universidad lleva el nombre del guatemalteco, Rafael Landívar, poeta y catedrático del Colegio San Borja de Antigua Guatemala.

La finalidad de la Universidad" es ofrecer a la nación alternativas al desarrollo de la investigación crítica y creadora de la realidad, problemas y cultura nacionales, propiciar el diálogo abierto y mutuamente enriquecedor de nuestra cultura con la cultura universal y aportar a la comunidad centroamericana graduados universitarios con la preparación técnica y la responsabilidad social que ella requiere". (Art.3 Estatutos y Reglamento General de la URL).

En 1962 la Universidad inició sus actividades académicas, con las Facultades de Economía, Derecho y Humanidades. Hasta el año de 1980, la Facultad de Humanidades incorpora el programa de Ciencias de la Comunicación. Este consistió en nivelar académicamente a aquellas personas que trabajaban empíricamente en los medios de comunicación social, lo que permitió el ingreso a la Universidad.

En esa época se ofrecieron tres carreras profesionales: Técnico en Radiocomunicación, Técnico en Periodismo y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Los técnicos con una duración de tres años y la Licenciatura de cinco. Posteriormente, en 1982, se abrió la carrera de Técnico Universitario en Ciencias de la Comunicación, en Plan Fin de Semana, con una duración de tres años y medio, hasta cerrarla en 1984. Actualmente la carrera intermedia de Técnico en Comunicación funciona en Plan Diario, con la misma duración de tres años y la Licenciatura de cinco. (Proyecto de Reestructura. URL. 1985)

**UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Francisco Marroquín se fundó, gracias al Consejo Directivo de la Asociación Salesiana Don Bosco, el 8 de octubre de 1982. Sus actividades iniciaron en 1983 con un tipo de organización flexible y descentralizada. Es decir, la Universidad realizó un convenio particular de organización con la Asociación Salesiana para que esta sea la encargada de dirigir varias carreras de la Facultad de Humanidades y de la Facultad de Comunicación, las cuales se ubican en el campus de zona S. Los locales, la infraestructura en general, los costos de administración y educación son responsabilidad de dicha Asociación Salesiana.

Actualmente la Facultad ofrece la carrera Técnica, el Profesorado y la Licenciatura en Comunicación Social, en Periodismo y en Publicidad, aspecto que se detallará más adelante, en los planes de estudio. (Serrano, Félix. 1993)

Se puede decir que tanto la Universidad Francisco Marroquín como Rafael Landívar son instituciones relativamente jóvenes en la enseñanza superior de la comunicación, en relación a la Universidad de San Carlos. No se puede negar que las universidades privadas son una nueva alternativa, que ofrece un pensum y una duración similar al de la Universidad Estatal, con el fin mismo de acoplarse a las exigencias académicas del alumnado como a las de la población.

UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
CARRERA DE TÉCNICO UNIVERSITARIO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

B) Preparar profesionales de la comunicación capaces de definir y planificar las políticas de la comunicación y de la cultura que necesite el país para desarrollo integral.

C) Preparar profesionales de la comunicación que puedan desarrollar la investigación especializada en el campo de la comunicación social, buscando resultados que permitan entender la problemática presente en este campo y al mismo tiempo contribuir al proceso de desarrollo nacional.

D) Contribuir a la formación de profesionales de la comunicación a fin de promover el desarrollo y la calidad de comunicación en Guatemala.

E) Los profesionales serán capaces de generar nuevas formas de comunicación alternativa al servicio de los sectores más necesitados del país: Areas marginales, rurales e indígenas.

F) Los profesionales obtendrán conocimientos académicos o culturalistas que generen mayor nivel cultural y mejor capacidad científica.

G) Serán capaces de acrecentar su habilidad técnica para un mejor desenvolvimiento en su trabajo, con el fin de ofrecer un servicio más adecuado a las necesidades de la sociedad guatemalteca.

H) Los Profesionales dispondrán de suficientes conocimientos técnicos y científicos para contribuir a encontrar soluciones a los problemas nacionales. (Proyecto de Reestructura, 1985)

1.2.3 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION UNIVERSIDAD FRANCISCO HARROQUIN

OBJETIVO GENERAL

A) Preparar profesionales que respondan al empirismo existente, sobretodo en el área de Periodismo y por consiguiente en el área de Radio y Televisión.

B) Dar profesionalidad a carreras que tienen repercusión social.

C) Preparar profesionales con énfasis en producción publicitaria, a través de talleres y laboratorios en comunicación radial y televisión.

D) Brindarle, a través de cursos prácticos/teóricos, un carácter técnico profesional a las diversas carreras de Periodismo, Radio y Televisión. (Serrano, Félix, 1993)

Dentro de estos objetivos, se puede observar que existe un interés común por parte de las Universidades en FORMAR PROFESIONALES EN LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION, CAPACES DE APORTAR, A TRAVES DE SU QUEHACER, SOLUCIONES PRACTICAS Y EFICACES A LA PROBLEMATICA DE LA NACION. Por ende, las Escuelas o Facultades tienen la tarea de concientizar al estudiante acerca de la importancia de su profesión y de las necesidades sociales que satisface o podría satisfacer, en beneficio de la comunidad.

A continuación se presenta la situación de los perfiles profesionales en las escuelas de comunicación del país, los cuales tienen la función de definir las características de los egresados al concluir sus estudios.

1.3 EL PERFIL PROFESIONAL EN LAS ESCUELAS DE COMUNICACION

Dice Daniel Prieto en su libro *Diseño Curricular para Escuelas de Comunicación* (1988:24), "un perfil profesional es una síntesis de lo que los estudiantes serán capaces de hacer al final de la carrera". Y considera que "un Perfil Profesional surge de la necesidad social existente y este debe satisfacer dicha necesidad".

Por lo tanto es preciso detallar la forma en que se realiza el diseño del perfil. Tarea importante que conlleva mucha seriedad y tiempo, ya que se está moldeando el futuro del profesional.

1.3.1 DISEÑO DEL PERFIL

Según Prieto (Diseño Curricular para Escuelas de Comunicación. 1988:64) "para establecer un perfil de primero debe definirse hacia donde se dirige la acción del establecimiento según sus necesidades y así será el perfil profesional buscado. Estas necesidades reconocidas y aceptadas por los integrantes del establecimiento serán producto de una decisión teórica-metodológica y política a la vez".

Por lo tanto, los centros educativos en Guatemala deben tener claridad de sus necesidades sociales como comunicacionales, necesidades de dirección y de políticas como institución, para luego diseñar un perfil adecuado y satisfactorio.

Esta propuesta de Prieto no sólo es aplicable a los establecimientos educativos sino también a los espacios laborales donde deben definir lo mismo y buscar el perfil profesional idóneo para satisfacer sus exigencias de trabajo.

Prieto citando a Arnaz da otra definición de Perfil profesional y dice que es "un retrato hablado, un dibujo a grandes rasgos con las características que ha adquirido el egresado como resultado de haber transitado por un determinado sistema de enseñanza aprendizaje".

Así mismo Arnaz también presenta una guía para diseñar el perfil y dice: "entre las características más importantes que del egresado pueden incluirse en un perfil están las siguientes:

1. Las áreas de conocimiento en las cuales tiene un cierto dominio (por ejemplo: biología molecular, resistencia de materiales, geología).
2. Lo que será capaz de hacer en ellas (por ejemplo: aplicar sus leyes, relacionarlas entre sí en la investigación).
3. Los valores y actitudes que probablemente habrá asimilado (por ejemplo ser promotor de cambios sociales, pugnar por el desarrollo de las comunidades marginadas).

. Las destrezas que habrá desarrollado por ejemplo: habilidades para organizar y dirigir el trabajo en grupos, habilidades para encontrar aplicaciones prácticas a conocimientos abstractos.

Por lo tanto, hay que hacer este retrato hablado, este dibujo a grandes rasgos de Arnaz, para establecer las capacidades que el estudiante obtendrá al concluir su carrera de cinco años. Además las necesidades reconocidas por cada establecimiento son clave para definir el perfil y establecer alternativas de solución.

En Guatemala, ninguna de las tres universidades del país posee un perfil del profesional definido ni establecido y se basan en los objetivos para definir el rumbo a seguir. Este procedimiento según Prieto es común en las escuelas de América Latina, donde se trabaja con planes de estudio que aún no han definido el profesional que desean obtener.

Seguidamente se presentan las capacidades del comunicador social según lo especifica Prieto en su libro "Diseño Curricular para Escuelas de Comunicación".

3.2 CAPACIDADES DEL COMUNICADOR SOCIAL

El Perfil Profesional define las capacidades que tendría que tener el egresado al finalizar su carrera. Daniel Prieto (Diseño Curricular para Escuelas de Comunicación, 1988:74) plantea que después de tener definido el Perfil Profesional se hace necesario una Formación Básica, que prepare al estudiante con las siguientes capacidades mínimas:

. Capacidad de expresión: "Un comunicador que no sepa comunicar algo es algo así como un cantante mudo o un pianista sin manos. En la Formación Básica el estudiante deberá expresarse continuamente, en todas las asignaturas y a través de todos los recursos posibles".

- **Capacidad de análisis de mensajes:** "La capacidad de análisis de mensajes corre pareja a la práctica de la expresión. Un comunicador necesita saber descifrar un texto, descubrir sus conexiones esenciales, lo dicho y lo no dicho. Hay que comunicar y saber qué se está comunicando".

- **Conocimiento de la situación social:** "En cada proceso histórico hay elementos comunicacionales, hay discursos y anti-discursos. Hay que conocer la situación social desde ella misma, con todos sus matices, su riqueza y su pobreza, sus contradicciones".

- **Capacidad de realizar diagnósticos de comunicación:** "Quien pueda diagnosticar cuenta con información para tomar decisiones, para preparar su discurso, para orientar alternativas a lo que se está viviendo entre los integrantes de alguna organización o de alguna comunidad".

- **Capacidad de moverse con fluidez en distintos medios y en distintos formatos:** "La riqueza expresiva no es algo abstracto, se manifiesta a través de determinados medios (Periódicos, cartillas, murales, fotonovelas, retratos, etc.)".

Dice Prieto, "no es cuestión de utilizar bien el lenguaje, sino de hacerlo dentro de los requerimientos de ciertos formatos y de ciertos sistemas de comunicación. No es igual ser comunicador en radio que en prensa, como tampoco lo es si se trabaja con noticias que si se lo hace con una radionovela".

El siguiente tema a tratar es el de los planes de estudio de cada una de las escuelas y facultades de comunicación.

1.4 PLANES DE ESTUDIO

Según la Federación Latinoamericana (FELAFACS) y el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias Sociales de la Comunicación (CONEICC), los planes de estudio son la especificación operativa de la estrategia y estructura académica. Organizan los objetivos particulares, contenidos, actividades, etc. de las unidades de trabajo (materias, asignaturas, módulos, talleres, etc.) en su relación sincrónica (al mismo tiempo) y diacrónica (a lo largo del tiempo). Los Planes de estudio son lo que normalmente se conoce como los planes y programas. (FELAFACS, CONEICC, 1987)

Por tal razón no es tarea fácil para las instituciones educativas, la realización y ejecución de un plan de estudio, donde se interrelacionan estos aspectos que deben ser expuestos con claridad para evitar ambigüedades en la formación del comunicador social.

Dice Daniel Prieto " Si no especificamos lo que habrá que aprender para lograr lo planteado en los objetivos curriculares y en el perfil profesional, se corre el riesgo de incluir información inútil o bien de no contar con la que realmente se requiere. (Prieto.1988)

Los planes que se presentan a continuación, se refieren a los pensums vigentes para 1995, de la carrera en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos, Rafael Landívar y Francisco Marroquín.

1.4.1 PLAN DE ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

La Universidad de San Carlos ofrece, para el año 1995, carreras intermedias, como Locución, Publicidad y Periodismo, luego se cursa dos años más y se obtiene el título que acredita al Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Para efectos del estudio se presenta únicamente el Pensum Complementario, que corresponde a partir del séptimo semestre (4to.año)

NOMBRE DEL CURSO**Séptimo Semestre**

Lingüística General
 Psicología de la Comunicación II
 Métodos y Técnicas de Investigación Social II
 Introducción a la Estadística
 Teoría del Conocimiento

Octavo Semestre

Planificación de las Comunicaciones Sociales
 Antropología Guatemalteca
 Semiología de la Imagen
 Semiología del Discurso Persuasivo
 Taller VI: Propaganda y Publicidad

Noveno Semestre

Idioma I
 Taller Integrado I: Salud y Ecología
 Teoría Política y Social
 Las Comunicaciones Interpersonales
 Seminario I: Problemas de la Comunicación en
 Guatemala, Area Urbana

Décimo Semestre

Semiología del Mensaje Estético
 Análisis Comparativo de las Sociedades Capitalistas
 y Socialistas
 Taller Integrado II: Tecnología Agropecuaria
 Seminario II: Problemas de la Comunicación en
 Guatemala, Area Rural
 Idioma II

*Examen de Licenciado en Ciencias de la
 Comunicación
 (Pensum, 1995)

1.4.2 PLAN DE ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

NOMBRE DEL CURSO

Séptimo Ciclo

Teoría de la Comunicación Social
Publicidad
Empresa de la Comunicación
Semiótica
*Asignatura Tipo D

Octavo Ciclo

Teoría de la Comunicación Alternativa
Relaciones Públicas
Etnolingüística de Guatemala
Opinión Pública
*Asignatura Tipo D

Noveno Ciclo

Propaganda y Campañas Electorales
Seminario I
Asignatura Tipo D*
Asignatura Tipo D*
Asignatura Tipo D*

Décimo Ciclo

Comunicación Institucional
Seminario de Tesis
Seminario II
Asignatura Tipo D*
Asignatura Tipo D*
Asignatura Tipo D*

Décimo Primer Ciclo

Elaboración de Tesis

* Estas asignaturas dependen de la especialidad que
seleccione el estudiante.
(Folleto de Información, 1994)

1.4.3 PLAN DE ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO
HARRROQUIN
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

NOMBRE DEL CURSO

Séptimo Semestre

Historia del Periodismo Universal
Historia de la Cinematografía
Fotografía II
Estética y Lenguaje de los Medios Audiovisuales
Relaciones Internacionales

Octavo Semestre

Problemas Económico-Sociales
Narrativa Fílmica y Televisiva
Mercadotecnia
Redacción Periodística II
Locución

Noveno Semestre

Literatura Española
Taller sobre Diagramación
Periodismo Televisivo
Publicidad II
Inglés I

Décimo Semestre

Literatura española
Periodismo Especializado
Legislación sobre los MCS
Historia Contemporánea
Inglés II

Undécimo Semestre

Tecnologías de la Comunicación Social
 Publicidad III
 Taller de Producción Radial
 Administración de los Medios de Comunicación Social
 Inglés III

Duodécimo Semestre

Taller de Producción Televisiva
 Historia del Pensamiento Político
 Praxeología de Mises
 Seminario de Tesis
 Inglés IV

 Examen General de Licenciatura
 Tesis (Folleto de información, 1994)

Se observa que existen algunas diferencias en los planes de estudio presentados, especialmente en la Universidad Francisco Marroquín, que requiere un plan de 6 años de duración para optar al grado de Licenciado. Por otro lado, la Universidad Landívar incluye dentro de su pensum, cursos que comparte con la Facultad de Humanidades, Ciencias Políticas y Económicas de la misma Universidad, según la especialidad deseada por el estudiante.

El siguiente capítulo trata acerca del mercado laboral del comunicador social, su clasificación y su imperante necesidad de reconocerlo como profesional.

CAPITULO II

MERCADO LABORAL DEL COMUNICADOR SOCIAL

Después de haber hecho un esbozo de la situación de las escuelas de comunicación en nuestro país, de los perfiles profesionales, de las capacidades de un comunicador social, entre otros, se ha llegado al punto de exponer el tema del mercado laboral del comunicador social, sus espacios profesionales existentes y no existentes dentro de la sociedad.

Es importante comprender cuáles son los campos de acción del comunicador, dónde se puede desenvolver y a su vez, conocer la preparación universitaria que ha obtenido durante los cinco años de estudio.

2.1 EL ESPACIO PROFESIONAL

Se reconocen tres espacios profesionales dentro de una misma sociedad. El decadente, el dominante y el emergente. Estos se definen según el país y su desarrollo histórico, por lo que, un espacio profesional decadente se podría convertir en un dominante en una situación determinada. No existen espacios profesionales eternos, estos se transforman conforme a los cambios sociales.

"Los espacios decadentes son aquellos que perdieron vigencia, sin embargo esto no significa que no podrían retomar importancia en un futuro convirtiéndose en dominantes de nuevo.

Los espacios dominantes son aquellos que reflejan la mayor demanda ocupacional en un momento histórico determinado.

Los espacios emergentes son los que se encuentran en proceso de consolidación, sea con el objeto de refuncionalizar la práctica dominante o bien para constituirse en nuevos espacios ocupacionales".
(Chavárri.1982)

Para ejemplificar cuáles son los decadente, dominantes o emergentes que existen en la sociedad, es preciso detallar cinco espacios ocupacionales con sus diferentes posibilidades:

1. Los medios de difusión colectiva: Impresos, radiales y televisivos.

2. El Estado: Sus instancias de comunicación institucional (oficinas de difusión, de comunicación, de relaciones públicas; problemas de comunicación que no alcanzan a reconocer; espacios y momentos de comunicación, memoria institucional, circulación de la información, concentración de poder comunicacional) y externa (toda la gama de mensajes impresos, radiales, audiovisuales, las relaciones con otras instituciones y con diferentes sectores de la sociedad).

3. Empresas privadas: Sus instancias de comunicación institucional interna y externa. (ver las mismas del Estado)

4. Organizaciones no gubernamentales: Sus instancias de comunicación interna (secretarías de difusión, momentos y espacios comunicacionales, circulación de información, memoria de la organización, concentración del poder comunicacional y externa (medios impresos, radiales y audiovisuales en general; comunicación con otras organizaciones e instituciones).

5. La sociedad misma: La forma de expresarse de la sociedad es a través de las distintas organizaciones, sin embargo hay demandas que provienen directamente de la gente: educación para una lectura crítica, comunicación y educación para los niños... (Prieto, 1988:33)

Hasta la fecha se cree que los medios de comunicación son los espacios profesionales dominantes y la empresa privada en general, por lo que, las escuelas o facultades están orientadas hacia estos campos disciplinarios.

A continuación se presentan los espacios profesionales en Guatemala y su clasificación como decadentes, dominantes y emergentes.

2.2 EL ESPACIO PROFESIONAL EN GUATEMALA

Según indica "El Proyecto de Nuevo Diseño Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos" (1991:16) en la actualidad existen en el país, los siguientes espacios profesionales:

- Medios de difusión colectiva: (Medios impresos, radio, video y televisión).
- Publicidad: En esta práctica es posible percibir dos usos sociales: uno comercial (promoción de bienes y servicios) y otro educativo (campañas educativas en áreas de salud, medio ambiente, niñez, etc.)
- Instituciones sociales: Organismos del estado, Organizaciones no gubernamentales e instituciones privadas.
- Organizaciones internacionales.
- La comunidad misma.

Sin embargo, este Proyecto señala que los espacios dominantes en Guatemala son los medios de difusión colectiva (medios impresos, radio, video y televisión) y la actividad publicitaria y los emergentes son las instituciones sociales (gubernamentales, no gubernamentales y privadas, organismos internacionales y organizaciones comunitarias). Aquí es donde surgen diversas necesidades comunicacionales que el profesional tiene que considerar y resolver adecuadamente.

Otro problema que surge al tratar este tema del mercado laboral del comunicador social, es la remuneración que obtiene al ejercer su profesión en cualquiera de los espacios laborales mencionados anteriormente. A continuación se expone de forma general tal problemática.

2.2.1 LA PROBLEMÁTICA SALARIAL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN GUATEMALA

A pesar que anteriormente se expuso los diferentes espacios ocupacionales del comunicador social, es importante a su vez, exponer en este capítulo la remuneración que percibe.

En un estudio realizado en Venezuela llamado "Autoimagen del Periodista Venezolano", uno de los aspectos que molestan a los periodistas, como profesionales en comunicación, son los bajos sueldos. En esta investigación el 54% de los periodistas encuestados no están satisfechos con la remuneración, el 22.5% está satisfecho "en parte" y el otro 22.5% si está satisfecho. (Pérez Inés y otros. 1986:45)

Esta problemática también se percibe en Guatemala, cuando se observan las últimas disposiciones del gobierno central acerca de los salarios mínimos del periodista y del profesional en comunicación.

En el nuevo acuerdo gubernativo número 649-94 se estableció que el salario mínimo en la actividad del periodismo quedaba así:

| PERIODISMO IMPRESO | |
|--------------------|------------------------------------|
| | Salario Mensual por edición diaria |
| Redactor de Planta | Q. 3,000.00 |
| Reportero redactor | Q. 2,100.00 |
| Reportero Gráfico | Q. 1,800.00 |
| Fotógrafo | Q. 1,200.00 |
| Laboratorista | Q. 1,200.00 |

Acuerdo Gubernativo 649-94. Diario de Centroamérica. 94)

| RADIO PERIODISMO | | |
|----------------------------------|-------------------------------|---|
| | <i>Salario edición diaria</i> | <i>Salario mensual tres emisiones diarias</i> |
| <i>Reportero Redactor</i> | <i>Q. 346.65</i> | <i>Q. 1,040.00</i> |
| <i>Locutor de Radioperiódico</i> | <i>Q. 346.65</i> | <i>Q. 1,040.00</i> |

(Acuerdo Gubernativo 649-94. Diario de Centroamérica. 94)

| PERIODISMO TELEVISADO | | |
|---------------------------------|------------------|--------------------|
| <i>Locutor de telenoticiero</i> | <i>Q. 640.00</i> | <i>Q. 1,920.00</i> |
| <i>Visualizador</i> | <i>Q. 640.00</i> | <i>Q. 1,920.00</i> |
| <i>Reportero</i> | <i>Q. 640.00</i> | <i>Q. 1,920.00</i> |
| <i>Camarógrafo</i> | <i>Q. 361.00</i> | <i>Q. 1,085.00</i> |
| <i>Sonidista</i> | <i>Q. 258.00</i> | <i>Q. 775.00</i> |
| <i>Editor</i> | <i>Q. 465.00</i> | <i>Q. 1,395.00</i> |

(Acuerdo Gubernativo 649-94. Diario de Centroamérica. 94)

Según este acuerdo gubernativo el salario mínimo es de Q 540.00 mensuales y en las regiones departamentales se establece que el salario mínimo será de un cincuenta por ciento (50%) inferior en las modalidades establecidas en la tabla anterior, siempre y cuando sea respetado este salario mínimo.

Igualmente se presenta el caso del Relacionista Público, otro espacio laboral del comunicador, donde según la Oficina de Servicio Civil, esta ocupación está clasificada en la serie de Técnico III con un salario de Q.720.00 y como Jefe Técnico I con Q.792.00. Los requisitos de Técnico III son los siguientes: Título de educación media, inglés, 4to. ciclo de carrera universitaria y experiencia en el ramo; para Jefe Técnico I se solicita 6to. ciclo de carrera universitaria, inglés y experiencia. (Oficina Nacional de Servicio Civil. 1995)

La situación del Relacionista Público como la del Periodista es muy parecida, ya que ambos perciben salarios mínimos muy bajos a pesar de las últimas modificaciones salariales.

Es importante observar que en esta misma Oficina, el oficio o profesión de Licenciado en Ciencias de la Comunicación no aparece dentro de la Clasificación de Puestos y Salarios.

Sin embargo, la Oficina de Servicio Civil informa que si en dado caso se tuviese que contratar a un profesional en comunicación se tendrá que clasificar dentro de la serie de profesionales, con un salario que oscila entre Q.2,100.00 y Q.2,975.00 y dicho profesional tendrá que ser colegiado activo. (Oficina Nacional de Servicio Civil.1995)

A continuación, la imagen del comunicador social es el tema a tratar en el siguiente inciso.

2.3 LA IMAGEN DEL COMUNICADOR SOCIAL

Este tema lo han tratado varios investigadores en comunicación como Daniel Prieto Castillo, Inés M. Pérez, Donatina Repole en , Germán Martínez, Juan Díaz Bordenave, y otros más. No se puede negar que este es un punto considerable a tratar, ya que permite conocer aún más de los comunicadores sociales.

UNIVERSIDAD DE LA AMIGABILIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

CAPITULO III

PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

3.1 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO OTORGADO A LOS ESTUDIANTES DE LAS DIFERENTES UNIVERSIDADES DEL PAIS

La tabulación indica los resultados de los cuestionarios de una muestra de 24 estudiantes de la Universidad San Carlos de Guatemala, 19 de la Universidad Rafael Landívar y 12 de la Universidad Francisco Marroquín. Dichas muestras respondieron lo siguiente:

CUADRO No.1

CONSIDERA QUE LA PREPARACION ACADEMICA QUE OFRECE LA ESCUELA O FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION ES: MALA, BUENA, EXCELENTE

| RESPUESTAS | # USAC | | # URL | | # UFM | |
|------------|--------|------|-------|------|-------|------|
| Mala | 7 | 29% | 3 | 16% | - | 0% |
| Buena | 17 | 71% | 16 | 84% | 10 | 83% |
| Excelente | - | 0% | - | 0% | 2 | 17% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Fuente: USAC, URL, UFM. 1994

En el presente cuadro se puede observar que un porcentaje considerable manifestó respuestas positivas ante la preparación académica obtenida durante los cinco años de estudio.

El siguiente cuadro presenta la opinión del estudiante acerca de su capacidad académica para desenvolverse en cualquier ámbito profesional.

CUADRO No.2

PODRIA USTED CON SU PREPARACION A NIVEL DE LICENCIATURA DESEMPEÑAR CUALQUIER TRABAJO RELACIONADO CON LA COMUNICACION

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|------------|----|------|----|------|----|------|
| SI | 16 | 66% | 15 | 79% | 9 | 75% |
| NO | 8 | 33% | 4 | 21% | 3 | 25% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

La respuesta afirmativa muestra que el estudiante se siente capaz de desempeñar, con sus estudios universitarios, trabajos relacionados con su carrera. Estos datos positivos se manifiestan en estudiantes de las tres universidades. En el próximo cuadro se presenta la interrogante si estos conseguirán fácilmente trabajo con su nivel académico.

CUADRO No.3

CONSIDERA USTED QUE LE RESULTARIA FACIL CONSEGUIR EMPLEO DE COMUNICADOR EN CUALQUIER INSTITUCION PRIVADA O PUBLICA?

| RESPUESTAS | # USAC | | # URL | | # UFM | |
|------------|--------|------|-------|------|-------|------|
| SI | 7 | 29% | 7 | 37% | 5 | 42% |
| NO | 17 | 71% | 12 | 63% | 7 | 58% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Se observa que un alto porcentaje se muestra negativo ante la posibilidad de trabajar en su área. Un 71% de los estudiantes de la Universidad de San Carlos consideraron que es difícil conseguir trabajo en este medio, igual observación se les hizo a los de la Universidad Rafael Landívar (63%) y Francisco Marroquín (58%).

Seguidamente se les preguntó el motivo de sus respuestas, las cuales se presentan en el cuadro 3.1 y 3.2.

CUADRO No.3.1

POR QUE?
 RAZONES POR LAS QUE SI SERIA FACIL CONSEGUIR
 TRABAJO EN SU PROFESION

| RESPUESTAS | # USAC | | # URL | | # UFM | |
|--|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
| - Preparación adecuada | 3 | 43% | 1 | 14% | 2 | 40% |
| - Iniciativa Personal | 2 | 29% | 2 | 29% | 1 | 20% |
| - Es factible en la especialidad técnica | 2 | 29% | - | - | - | - |
| - Poseen experiencia | - | - | 4 | 57% | 2 | 40% |
| TOTAL | 7 | 100% | 7 | 100% | 5 | 100% |

La Universidad de San Carlos, Rafael Landívar y Francisco Marroquín coincidieron en que la preparación recibida ha sido adecuada para conseguir trabajo fácilmente, aunque también consideraron importante tener iniciativa personal para conseguir lo que se proponen. En cuanto a los estudiantes de la Landívar y Marroquín indicaron que ya trabajan en el medio, por lo que es más fácil para ellos conseguir empleo con su experiencia.

Es necesario hacer la observación que sólo 7 estudiantes respondieron positivamente de 24 de la San Carlos, 7 de 19 de la Rafael Landívar y 5 de 12 de la Francisco Marroquín.

A continuación, en el cuadro 3.2 se presentan los motivos de los estudiantes que consideran que NO será fácil laborar en el campo profesional.

CUADRO No.3.2

RAZONES POR LAS QUE NO SERIA FACIL CONSEGUIR TRABAJO

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|--|-----------|-------------|-----------|-------------|----------|-------------|
| - No aceptan estudiantes de E.C.C. | 6 | 35% | - | - | - | - |
| - Medio muy cerrado | 4 | 23.5% | 4 | 33% | - | - |
| - Falta de influencias | 2 | 12% | 2 | 17% | 1 | 14% |
| - Falta de experiencia | 2 | 12% | 4 | 33% | 1 | 14% |
| - Empresas muy exigentes | 1 | 6% | - | - | - | - |
| - No respondieron | 2 | 12% | 1 | 8% | - | - |
| - Confusión entre Comunicación Publicidad y Propaganda | - | - | 1 | 8% | - | - |
| - No se toma en cuenta el grado académico | - | - | - | - | 4 | 57% |
| - Falta práctica en pensum | - | - | - | - | 1 | 14% |
| TOTAL | 17 | 100% | 12 | 100% | 7 | 100% |

17 estudiantes de 24 de la USAC, 12 de 19 de la URL y estudiantes de 12 dieron sus razones por las cuales le sería difícil conseguir empleo en su profesión.

En la Universidad de San Carlos el porcentaje más alto se centralizó en la no aceptación de los estudiantes de la Escuela en el campo laboral, debido a la mala imagen de la misma.

Los estudiantes de la Rafael Landívar consideraron que el medio es muy cerrado y que la falta de experiencia les afecta para conseguir trabajo. Por otro lado, la Francisco Marroquín indicó que el grado académico no es tomado en cuenta al momento de solicitar empleo.

En el siguiente cuadro se presentan los datos de los estudiantes que se les preguntó si tienen conocimiento de las fuentes de empleo a las que pueden acudir.

CUADRO No.4

CONOCE LAS FUENTES DE EMPLEO A LAS CUALES PODRI
RECURRIR EN BUSCA DE TRABAJO?

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|------------|----|-------|----|------|----|------|
| SI | 21 | 87.5% | 16 | 84% | 11 | 92% |
| NO | - | 0% | 3 | 16% | 1 | 8% |
| NULO | 3 | 12.5% | - | - | - | - |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

La mayoría de los estudiantes conocen las fuentes de empleo a las que podría recurrir, por lo que procedí a que mencionaran una de las fuentes que tuvieran conocimiento.

CUADRO No.4.1

MENCIONE 1:

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|------------------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| Oficinas R.R.P.P. | 11 | 46% | 3 | 16% | 2 | 17% |
| Medios de Comunicación | 6 | 25% | 12 | 63% | 5 | 42% |
| Agencias de Publicidad | 1 | 4% | - | - | 4 | 33% |
| No respondieron | 3 | 12.5% | 4 | 21% | 1 | 8% |
| Nulos | 3 | 12.5% | - | - | - | - |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Las Oficinas de Relaciones Públicas fueron las más mencionadas por los futuros egresados de la USAC, luego indicaron los Medios de Comunicación, y por último las Agencias de Publicidad.

En la URL el mayor número de estudiantes anotó los Medios de Comunicación como fuentes de empleo y luego las Oficinas de Relaciones Públicas.

El número de estudiantes de la USAC y URL que no respondieron fue significativo.

Los estudiantes de la UFM reconocieron como empleador a los Medios de Comunicación, luego a las Agencias de Publicidad y por último a las Oficinas de Relaciones Públicas.

CUADRO No. 5
QUE CARGO DENTRO DE UNA UNSTITUCION ASPIRARIA USTED OCUPAR COMO
FUTURO LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|--|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|
| Director R.R.P.P. | 1 | 4% | 1 | 5% | - | - |
| Coordinador R.R.P.P. | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Relacionistas Públicos | 12 | 50% | 5 | 26% | - | - |
| Gerente de Comunicación | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Redactores | 3 | 12.5% | - | - | - | - |
| Periodistas | 2 | 8% | - | - | - | - |
| Director de Arte | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Jefe de R.R.P.P. | - | - | 2 | 10.5% | 1 | 8% |
| Propietario de una emisora | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Productores de Radio y T.V | - | - | 2 | 10.5% | 1 | 8% |
| Creativo de una empresa | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Locutor Independiente | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Gerente de Medios | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Gerente General de una empresa de com. | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Jefe Depto. Comunicación | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Directores de Medios de Com. | - | - | 3 | 16% | 2 | 17% |
| Gerente Publicidad | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Docente Universitario | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Consultor de Pub. Y R.R.P.P. | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Director de Agencia de Pub. | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Coordinador de Com. | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Propietario de Agencia de Pub. | - | - | - | - | 1 | 8% |
| No respondieron | 3 | 12.5% | - | - | 2 | 17% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

El 50% de los estudiantes de la USAC deseó el puesto de Relacionista Público, este cargo fue igualmente solicitado por los de la URL (26%).

En cuanto, a la UFM fueron los Medios de Comunicación los puestos más deseados para laborar (17%).

Se observó que las Gerencias, Direcciones y Jefaturas son aspiraciones muy requeridas por los estudiantes de las tres universidades.

Después de preguntarles cuáles son sus aspiraciones laborales, se les interrogó si tienen dificultad para alcanzarlas. El cuadro siguiente muestra los datos obtenidos.

CUADRO No.6

EXISTE ALGUN TIPO DE LIMITACION PARA ALCANZAR DICHA EXPECTATIVA O ASPIRACION ANTERIOR

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|------------|----|------|----|------|----|------|
| SI | 17 | 71% | 9 | 47% | 6 | 50% |
| NO | 6 | 25% | 10 | 53% | 6 | 50% |
| NULO | 1 | 4% | - | - | - | - |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

El 71% de los estudiantes de la Universidad de San Carlos manifestaron tener limitaciones para lograr sus aspiraciones como profesionales, sin embargo, los de la Rafael Landívar no presentaron diferencia significativa entre los que tienen limitación (47%) y los que no la tienen (53%). Similarmente, la Francisco Marroquín (50%) consideró que tiene dificultades para lograr sus metas profesionales y el otro 50% no tiene ningún tipo de problema.

Se procedió a preguntarles cuál es la limitación a la que se refieren. El cuadro 6.1 plantea lo siguiente:

CUADRO No.6.1

CUAL ES LA LIMITACION A LA QUE SE REFIERE

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|---|----|-------|---|------|---|------|
| Falta de experiencia | 4 | 23.5% | 3 | 33% | 1 | 17% |
| Limitación económica | 3 | 18% | 1 | 11% | - | - |
| No existen oportunidades | 3 | 18% | - | - | 3 | 50% |
| Mala preparación académica | 1 | 6% | - | - | - | - |
| Falta de influencias | 1 | 6% | - | - | - | - |
| Saturación de personal en las instituciones | 1 | 6% | - | - | - | - |
| Bajo salario | 1 | 6% | - | - | - | - |
| No respondieron | 3 | 18% | - | - | - | - |
| Egoísmo | - | - | 1 | 11% | - | - |
| Falta de capacitación | - | - | 1 | 11% | - | - |
| Falta de oportunidad a recién graduados | - | - | 1 | 11% | - | - |
| Ignorancia de las empresas acerca del profesional en comunicación | - | - | 1 | 11% | - | - |
| Falta de tiempo por estudios | - | - | - | - | 1 | 17% |
| Falta de legislación que proteja al comunicador | - | - | - | - | 1 | 17% |
| Estudios por concluir | - | - | 1 | 11% | - | - |
| TOTAL | 17 | 100% | 9 | 100% | 6 | 100% |

Siguiendo las respuestas del cuadro anterior (No.6) sólo 17 de 24 estudiantes de la USAC, 9 de 11 pertenecientes a la URL y 6 de 12 de la UF respondieron que tienen alguna dificultad en alcanzar su expectativa laboral, por lo que en este cuadro (No.6.1) se indicaron las limitaciones a las que hacían referencia.

La falta de experiencia en el campo es uno de los motivos que limita al estudiante de la Universidad de San Carlos, cuando solicita empleo. Igualmente lo manifestaron los de la Universidad Rafael Landívar. Sin embargo, para los de la Francisco Marroquín la limitación que encuentran en su mayoría es la escasa oportunidad de empleo que ofrece el medio.

Después de conocer las expectativas laborales de los estudiantes y sus limitaciones, se consideró necesario investigar si el estudiante tiene noción de las funciones de su quehacer profesional y los puestos que él cree poder ocupar en este momento. El cuadro 7 y 8 muestran la información requerida.

CUADRO No.7

MENCIONE LAS FUNCIONES DEL LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|--|----|------|----|-------|----|------|
| Comunicar | 8 | 33% | 3 | 16% | 2 | 17% |
| Fomentar el desarrollo a través de programas de comunicación | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Asesorar en R.R.P.P. | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Formar opinión | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Elaborar y supervisar proyectos de comunicación | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Informar | 1 | 4% | 3 | 16% | - | - |
| Concientizar a la población de sus necesidades básicas | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Respuestas erróneas | 8 | 33% | - | - | 3 | 25% |
| Nulos | 2 | 8% | 4 | 21% | - | - |
| Asesorar | - | - | 2 | 10.5% | 4 | 33% |
| Producir | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Orientar a la opinión pública | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Educar | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Dirigir un medio | - | - | 4 | 21% | - | - |
| Tener elocuencia | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Dar a conocer asuntos de interés | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Recopilar información | - | - | 1 | 5% | - | - |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Es de observar que el número de respuestas erróneas de la Universidad de San Carlos fue elevado, ya que en lugar de responder las funciones del comunicador social mencionaron los cargos que deseaban ocupar.

Para los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar dirigir un medio es una de las funciones más importantes del Comunicador Social, sin embargo, el número de respuestas nulas fue elevado.

En cuanto, a los de la Universidad Francisco Marroquín asesorar en comunicación a empresas o instituciones fue la respuesta con el mayor porcentaje.

Después de mostrar de una manera general las funciones que el estudiante considera que el comunicador social debe realizar, se presenta a continuación el cuadro que se refiere a los puestos o trabajos que podría o que son factibles para él desempeñar en la actualidad. Contrariamente a la pregunta del cuadro No.5 que se refiere a la aspiración que el estudiante tiene de ocupar algún cargo dentro de una institución.

CUADRO No.8

MENCIONE PUESTOS QUE PODRIA DESEMPEÑAR ACTUALMENTE

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|----------------------------------|----|-------|----|------|----|------|
| Relacionistas Públicos | 8 | 33% | 10 | 53% | 2 | 17% |
| Periodistas | 2 | 8% | - | - | 1 | 8% |
| Publicistas | 2 | 8% | - | - | - | - |
| Dirección Medios de Comunicación | 3 | 12.5% | 4 | 21% | 2 | 17% |
| Locutor | 1 | 4% | 1 | 5% | - | - |
| Productores | 2 | 8% | - | - | - | - |
| Promotor de desarrollo | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Nulos | 5 | 21% | - | - | - | - |
| Redactores | - | - | 2 | 11% | - | - |
| Investigador | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Asesorar | - | - | 1 | 5% | 1 | 8% |
| Reportero | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Jefe de R.R.P.P. | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Jefe de Redacción | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Administrador de Medios de Com. | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Docente | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Jefe de Suplementos | - | - | - | - | 1 | 8% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Para los de la USAC el mayor porcentaje fue el de Relacionista Público, luego el de trabajos en los Medios de Comunicación, siguiéndole la labor de Productor, Periodista y Publicista. Es notorio el número de respuestas nulas, que obtuvo un porcentaje alto.

Para los estudiantes de la URL el puesto de Relacionista Público fue uno de los cargos que el estudiante considera que podría desempeñar con su preparación, como también dirigir un Medio de Comunicación en un menor porcentaje.

En cuanto a los de la UFM los puestos que seleccionaron fueron las Direcciones de los Medios de Comunicación y el de Relacionista Público.

En el próximo cuadro se indica si el estudiante después de cursar 5 años de estudio, hubiese preferido otra opción profesional.

CUADRO No.9

HUBIESE PREFERIDO ESTUDIAR OTRA CARRERA
PROFESIONAL

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|------------|----|------|----|------|----|------|
| SI | 6 | 25% | 5 | 26% | 1 | 8% |
| NO | 17 | 71% | 14 | 74% | 11 | 92% |
| NULO | 1 | 4% | - | - | - | - |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

La respuesta a esta pregunta muestra que los estudiantes de las tres universidades (USAC, URL, UFM) están satisfechos con su elección universitaria.

El cuadro siguiente indica si el estudiante considera que el plan de estudio es adecuado para satisfacer las exigencias laborales de las empresas o instituciones que requieran comunicadores sociales.

CUADRO No.10

CONSIDERA QUE EL PLAN DE ESTUDIO SATISFACE LAS NECESIDADES LABORALES DE LAS INSTITUCIONES PRIVADAS Y PUBLICAS QUE REQUIEREN COMUNICADORES SOCIALES

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|------------|----|------|----|------|----|------|
| SI | 5 | 21% | 5 | 26% | 10 | 83% |
| NO | 19 | 79% | 14 | 74% | 2 | 17% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Según indicaron los estudiantes de la USAC, el plan de estudio no satisface los requerimientos laborales de las instituciones. De igual manera, los de la URL manifestaron que el plan de estudio no satisface las demandas de la parte empleadora y contrariamente a estas opiniones, los estudiantes de la UFM consideraron que su plan de estudio si las satisface.

Luego, en el cuadro 11, se presenta un panorama general acerca del reconocimiento que al profesional en comunicación se le brinda en el país, estos son los datos:

CUADRO No.11

CONSIDERA QUE LA LABOR DEL LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION ES RECONOCIDA POR LA SOCIEDAD

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFM |
|------------|----|------|----|------|----|------|
| SI | 6 | 25% | 5 | 26% | 2 | 17% |
| NO | 18 | 75% | 14 | 74% | 10 | 83% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Se consideró por parte de las tres universidades que la labor del Comunicador Social no es reconocida socialmente.

Por último, en el cuadro 12, surgen las inquietudes, las sugerencias o recomendaciones de los estudiantes para que las necesidades de empleola de éstos sean satisfechas por la oferta laboral.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

CUADRO No. 12

QUE RECOMENDARIA COMO FUTURO EGRESADO DE LA ESCUELA O FACULTAD DE COMUNICACION PARA QUE LAS NECESIDADES LABORALES DE LOS ESTUDIANTES SEAN SATISFECHAS POR LA OFERTA LABORAL

| RESPUESTAS | # | USAC | # | URL | # | UFN |
|--|----|------|----|-------|----|------|
| Reestructura Curricular | 10 | 42% | - | - | - | - |
| Recibir más práctica que teoría | 5 | 21% | 3 | 16% | - | - |
| Evaluar a docentes | 4 | 17% | - | - | - | - |
| Recibir preparación extra-aula | 2 | 8% | - | - | - | - |
| Enseñar a utilizar equipo | 1 | 4% | - | - | - | - |
| No emplear a personal empírico | 1 | 4% | - | - | - | - |
| Nulo | 1 | 4% | 1 | 5% | 1 | 8% |
| Revisión y actualización de pensum | - | - | 2 | 10.5% | 4 | 33% |
| Que el campo laboral dé más oportunidad | - | - | 2 | 10.5% | - | - |
| Crear más fuentes de empleo | - | - | 3 | 16% | - | - |
| Crear Medios de Com. donde sólo ejerzan estudiantes | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Aplicar la teoría y la práctica a la realidad guatemalteca | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Colegiar al egresado | - | - | 1 | 5% | 1 | 8% |
| Dar a conocer la carrera | - | - | 1 | 5% | 1 | 8% |
| Que los empleadores no exploten a los recién graduados | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Coordinación entre universidad y empresas para determinar los requerimientos laborales | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Cumplir con los programas | - | - | 1 | 5% | - | - |
| La Universidad debe ubicar al estudiante para el E.P.S. | - | - | 1 | 5% | - | - |
| Prepararse en todas las áreas de con. | - | - | - | - | 2 | 17% |
| Legislar que los puestos de alta jerarquía sólo los ocupe Lic. en Comunicación | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Contactar empresas donde pueda ejercer su profesión | - | - | - | - | 1 | 8% |
| Valorar el grado académico | - | - | - | - | 1 | 8% |
| TOTAL | 24 | 100% | 19 | 100% | 12 | 100% |

Las recomendaciones planteadas por los estudiantes de la USAC, muestran la gran necesidad de reestructurar el currículum y recibir más práctica que teoría.

Entre las sugerencias más importantes fueron: aumentar la práctica dentro del pensum de estudio para facilitar la incorporación del Comunicador Social en el medio y el crear más fuentes de empleo promoviendo la carrera.

En cuanto a las solicitudes de la UFM, se consideraron las de revisar a profundidad el pensum de estudio y prepararse en todas las áreas de la comunicación.

3.1.1 CONCORDANCIAS DE OPINION DE LAS TRES UNIVERSIDADES DEL PAIS

Los resultados de la tabulación señalan las concordancias que existen en las respuestas de los estudiantes y se indican en este estudio, con el fin de enfatizar en la similitud de opiniones, pesar de pertenecer a diferentes unidades académicas. A continuación se presenta un cuadro con las respuestas que fueron coincidentes, así como a la universidad que representan.

CUADRO A

| PREGUNTA No. | RESPUESTA COINCIDENTE | UNIVERSIDAD REPRESENTADA |
|-------------------|--|----------------------------------|
| 1.(Cuadro #1) | - Buena | USAC (71%), URL(64%), UFM(63%) |
| 2.(Cuadro #2) | - SI | USAC(66%), URL(79%), UFM (75%) |
| 3.(Cuadro #3) | - NO | USAC(71%), URL(63%), UFM(56%) |
| 3.1 (Cuadro #3.1) | - Preparación académica adecuada | USAC(43%), URL(14%), UFM(40%) |
| | - Iniciativa personal | USAC(29%), URL(29%), UFM(20%) |
| | - Experiencia laboral | URL(57%), UFM(40%) |
| 3.2 (Cuadro #3.2) | - Falta de influencias | USAC(12%), URL (17%), UFM (4%) |
| | - Falta de experiencia | USAC(12%), URL(33%), UFM(14%) |
| 4. (Cuadro #4) | - SI | USAC(87.5%), URL(84%), UFM(92%) |
| 4.1 (Cuadro #4.1) | - Oficinas de R.R.P.P. | USAC(52%), URL(19%), UFM(18%) |
| | - Medios de Com. | USAC(29%), URL(75%), UFM(45%) |
| 5.(Cuadro #.5) | - Director de R.R.P.P. | USAC(4%), URL(5%) |
| | - Relacionista Público | USAC(50%), URL(26%) |
| | - Jefe de R.R.P.P. | URL(10.5%), UFM(8%) |
| | - Productor de radio y T.V | URL(10.5%), UFM(8%) |
| | - Directores de Medios de Comunicación | URL(16%), UFM(17%) |

Sigue..

Lentinda

| PREGUNTA No. | RESPUESTA COINCIDENTE | UNIVERSIDAD REPRESENTADA |
|----------------------|---|---|
| 6. (Cuadro #6) | - SI | USAC(71%), URL(47%), UFN(50%) |
| 6.1 (Cuadro #6.1) | - Falta de experiencia - Limitación económica - No existen oportunidades | USAC (23.5%), URL(33%), UFN(17%) USAC(18%), URL(11%) USAC(18%), UFN(50%) |
| 7. (Cuadro #7) | - Comunicar - Informar - Respuestas erróneas - Nulos - Asesorar | USAC (33%), URL(16%), UFN(17%) USAC(4%), URL(16%) USAC(33%), UFN(25%) USAC(8%), URL(21%) USAC(10.5%), UFN(33%) |
| 8. (Cuadro #8) | - Relacionistas Públicos - Periodistas - Dirección Medios de Com. - Locutor - Asesor | USAC(33%), URL(53%), UFN(17%) USAC (8%), UFN(8%) USAC (12.5%), URL(21%), UFN (17%) USAC(4%), URL(5%) URL(5%), UFN(8%) |
| 9. (Cuadro #9) | - NO | USAC(71%), URL(74%), UFN(92%) |
| 10. (Cuadro #10) | - NO | USAC(79%), URL(74%), UFN(17%) |
| 11. (Cuadro #11) | - NO | USAC(75%), URL(74%), UFN(83%) |
| 12. (Cuadro #12) | - Recibir más práctica que teoría - Nulo - Revisión y actualización de pensum - Colegiar al egresado - Dar a conocer la carrera | USAC(21%), URL(16%) USAC(4%), URL(5%), UFN(8%) URL(10.5%), UFN(33%) URL(5%), UFN(8%) URL(5%), UFN(8%) |

A pesar de las diferencias de las universidades en cuanto a organización, estructura curricular, objetivos y otros, muchas de las respuestas obtenidas fueron similares, como se demuestra en el cuadro anterior.

Las respuestas de las preguntas No.1 y No.2 fueron coincidentes por los alumnos de las tres universidades, los cuales consideraron buena la preparación académica obtenida durante sus años de estudio y afirmaron sentirse capaces de desempeñar cualquier trabajo relacionado con la comunicación. Sin embargo, en la respuesta No.3 el estudiante manifestó que le resultaría difícil conseguir empleo por su falta de influencias y de experiencia laboral (No.3.2). Contrariamente, los que manifestaron que les sería fácil obtener trabajo, indicaron que tienen a su favor la preparación académica obtenida, la iniciativa personal y su experiencia de trabajo en el campo (No.3.1).

En la respuesta No.4 los estudiantes respondieron que conocían las fuentes de trabajo a las cuales podían acudir. Estos mencionaron sobretodo a las Oficinas de Relaciones Públicas y a los Medios de Comunicación (No..4.1).

Dentro de los cargos que el alumno desearía ocupar está el de Director de Relaciones Públicas, Relacionista Público, Jefe de Relaciones Públicas, Productor de Radio y T.V y Directores de Medios de Comunicación (No.5). Sin embargo manifestaron que tienen problema para alcanzar dicha aspiración (No.6). Luego, en la respuesta No.6.1 los estudiantes manifestaron las razones de su dificultad, las cuales fueron su falta de experiencia, sus recursos económicos y su falta de oportunidades.

En cuanto al conocimiento de las funciones de un comunicador social, el estudiante mencionó el de comunicar, informar y asesorar (No.7). Luego dentro de los puestos que podría desempeñar como futuro egresado se tomó en cuenta el de Relacionista Público, el de Periodista, el de Director de Medios de Comunicación, el de Locutor y Asesor (No.8).

Por otro lado, en cuanto a la aceptación de la carrera escogida por el egresado en Comunicación, estos indicaron que no hubiesen preferido estudiar otra opción profesional, aunque el plan de estudio no satisfaga las necesidades del mercado laboral ni el profesional tenga un reconocimiento digno dentro de la misma sociedad. (No.9,10,11)

Para completar la información, los estudiantes aconsejaron que se incluyera más práctica en el pensum de estudio, que se revisara y actualizara los programas, que se colegiara al profesional y por último se diera a conocer la carrera (No.12).

En la continuación se presentan los resultados de la investigación de campo efectuada en las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público y Privado del país.

3.2 RESULTADOS DE LAS OFICINAS DE RELACIONES PUBLICAS DEL SECTOR PUBLICO Y PRIVADO

Como se indicó en el capítulo anterior, la mayoría de los estudiantes tienen el deseo de laborar en Oficinas de Relaciones Públicas, por lo que se procedió a encuestar a los encargados de algunas dependencias que se dedican a este quehacer, con el fin de comprobar si realmente están contratando Licenciados en Ciencias de la Comunicación para esta función específica o no.

A continuación se presentan los cuadros con las respuestas de las 10 Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público (Bandesa, Corte Suprema de Justicia, Guatel, IGSS, Ministerio de Economía, de Educación, de Finanzas, de Relaciones Exteriores, Municipalidad de Guatemala y Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia) y 10 del Sector Privado (Laboratorio Farmacéutico Bayer de Guatemala, Banco del Café, G&T Internacional, De Los Trabajadores, Cámara de Comercio de Guatemala, Cámara de Industria de Guatemala, Cervecería Centroamericana, S.A., Restaurant McDonald's y Tabacalera Nacional).

CUADRO 1

ESTA USTED CONTRATANDO LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

| RESPUESTAS | # | SECTOR PUBLICO | # | SECTOR PRIVADO |
|------------|----|----------------|----|----------------|
| SI | - | 0% | 2 | 20% |
| NO | 10 | 100% | 8 | 80% |
| TOTAL | 10 | 100% | 10 | 100% |

Fuente: Oficinas R.R.P.P. Sector Público y Privado. 1995

Este cuadro indica que ni el sector público ni el privado están contratando Lic. en Comunicación. Los porcentajes son elevados en ambos casos por lo que no existe en este momento la posibilidad de contrato.

Seguidamente se les preguntó el motivo de su negativa la cual se indica en cuadro No.1.1.

CUADRO 1.1

SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA INDIQUE EL MOTIVO

| RESPUESTAS | # | SECTOR PUBLICO | # | SECTOR PRIVADO |
|--|-----------|----------------|----------|----------------|
| -La plaza está ocupada | 1 | 10% | - | - |
| -No necesitan Lic. en Comunicación para ocupar la plaza | 5 | 50% | 3 | 37.5% |
| No existe presupuesto designado para profesionales del ramo | 1 | 10% | - | - |
| -Sólo se requiere personal con conocimientos prácticos | 1 | 10% | - | - |
| -Las plazas se logran por ascensos en la carrera administrativa dentro de la institución | 1 | 10% | - | - |
| -Tienen política de austeridad, razón presupuestaria | 1 | 10% | - | - |
| -No existe la plaza | - | - | 1 | 12.5% |
| -Están en reestructuración | - | - | 1 | 12.5% |
| -No se contratan Lic. en Comunicación | - | - | 2 | 25% |
| -Se solicita personal con experiencia | - | - | 1 | 12.5% |
| TOTAL | 10 | 100% | 8 | 100% |

Fuente: Oficinas de R.R.P.P. Público y Privado. 1994

El motivo de que no están contratando Lic. en Comunicación fue porque no necesitan este profesional para ocupar la plaza. Esta respuesta fue la del más alto porcentaje, con un 50% para el Sector Público y un 37.5% para el Privado.

CUADRO No.2
QUE PUESTOS OCUPAN DENTRO DE LA ORGANIZACION

| RESPUESTA | # | SECTOR PUBLICO | # | SECTOR PRIVADO |
|---|-----------|----------------|-----------|----------------|
| -No respondieron | 10 | 100% | 8 | 80% |
| -Ejecutivo para el Depto. de Publicaciones | - | - | 1 | 10% |
| -Ejecutivo de R.R.P.P. o Desarrollo de Recursos | - | - | 1 | 10% |
| TOTAL | 10 | 100% | 10 | 100% |

Fuente: Oficinas de R.R.P.P. Sector Público y Privado, 1995

El 100% de las Oficinas de Relaciones de Públicas del Sector Público no respondieron a esta pregunta ya que no están contratando profesional capacitado para esta área. Lo mismo sucedió con el Sector Privado presentando un dato del 80%.

Después de preguntarles cuáles son los puestos que ocupan dentro de la organización, se les indicó seguidamente que indicaran qué preparación solicitan para que sean calificados y contratados.

CUADRO No.3

QUE PREPARACION ACADEMICA SOLICITA
PARA QUE SEAN CONTRATADOS

| RESPUESTAS | # | SECTOR PUBLICO | # | SECTOR PRIVADO |
|--|-----------|----------------|-----------|----------------|
| - Lic. en Administración de Empresas o en Comunicación | 1 | 10% | - | - |
| - Profesional Universitario | 1 | 10% | 1 | 10% |
| - Nivel Técnico | 1 | 10% | - | - |
| - Nivel Medio | 1 | 10% | - | - |
| - Periodista o estudiante universitario pendiente de graduarse | 1 | 10% | - | - |
| - Lic. en Ciencias de la Comunicación | 1 | 10% | - | - |
| - Experiencia | 1 | 10% | 1 | 10% |
| - No respondieron | 3 | 30% | 4 | 40% |
| - Lic. en Admón de Empresas o Mercadotecnia | - | - | 1 | 10% |
| -Cierre de pensum en Ciencias de la Comunicación y experiencia de 3 años | - | - | 1 | 10% |
| -Ultimo semestre en Comunicación | - | - | 1 | 10% |
| -Comunicador Social con conocimientos en campos administrativos y suficiente madurez | - | - | 1 | 10% |
| TOTAL | 10 | 100% | 10 | 100% |

Fuente: Oficinas de R.R.P.P. Sector Público y Sector Privado. 1995

n 10% del Sector Público y un 10% del Sector Privado coincidieron en solicitar a un profesional universitario o a una persona con experiencia.

a mayoría de las empresas respondieron a esta pregunta aunque no estén contratando comunicadores sociales. Estas respuestas son únicamente por si se vieran en la necesidad de los servicios de un profesional en esta área", indicaron los encargados de estas oficinas.

Seguidamente a esta interrogante se les cuestionó si tienen preferencia por el egresado en comunicación de alguna de las universidades para contratarlos en sus instituciones o empresas a la que representan.

CUADRO No.4

ESTA SATISFECHO CON LA PREPARACION DEL PROFESIONAL EN COMUNICACION QUE LE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES DEL PAIS

| RESPUESTAS | # | SECTOR PUBLICO | # | SECTOR PRIVADO |
|-----------------|----|----------------|----|----------------|
| SI | 6 | 60% | 1 | 10% |
| NO | 3 | 30% | 7 | 70% |
| No respondieron | 1 | 10% | 2 | 20% |
| TOTAL | 10 | 100% | 10 | 100% |

El 60% del Sector Público está satisfecho con la preparación académica del profesional en Ciencias de la Comunicación, aunque no hayan tenido una experiencia laboral previa con este profesional.

Por otro lado, el 70% del Sector Privado indicó una completa insatisfacción con el nivel profesional, que ofrecen las universidades del país.

CUADRO No.5

**TIENE ALGUNA PREDILECCION POR EL PROFESIONAL EGRESADO
DE ALGUNA DE LAS UNIVERSIDADES**

| RESPUESTAS | # | SECTOR PUBLICO | # | SECTOR PRIVADO |
|------------|----|-------------------|----|-------------------|
| SI | 3 | 30% | 4 | 40% |
| NO | 7 | 70% | 6 | 60% |
| TOTAL | 10 | 100% | 10 | 100% |

Un 70% de los encuestados del Sector Público y un 60% del Privado no tienen ninguna preferencia por alguna universidad, sin embargo, el 30% del Público y el 40% del Privado si la tienen.

Para completar esta información se les preguntó por qué universidad tienen predilección. El cuadro No.5.1 indica los datos obtenidos.

CUADRO No.5.1

POR CUAL?

| RESPUESTAS | # | SECTOR PUBLICO | # | SECTOR PRIVADO |
|-------------------------------------|-----------|----------------|-----------|----------------|
| Universidad Francisco Marroquín | 2 | 20% | 1 | 10% |
| Universidad San Carlos de Guatemala | 1 | 10% | 1 | 10% |
| Universidades Privadas | - | - | 2 | 20% |
| No respondieron | 7 | 70% | 6 | 60% |
| TOTAL | 10 | 100% | 10 | 100% |

Aunque la mayoría indicó que no tiene preferencia por el egresado de ninguna de las universidades, el porcentaje del Sector Público que manifestó lo contrario (30%, ver cuadro No.5) se pronunció por la Universidad Francisco Marroquín (20%) y el Sector Privado (40%, ver cuadro No.5) por las Universidades Privadas en general (20%).

Para efectos de este estudio se presenta a continuación el cuadro de las concordancias y diferencias que se observaron entre el Sector Público y el Privado para efectos de análisis y comprobación de la hipótesis planteada en esta investigación.

3.2.1 CONCORDANCIAS DE LAS OFICINAS DE RELACIONES PUBLICAS DEL SECTOR PUBLICO CON EL SECTOR PRIVADO

El siguiente cuadro muestra las respuestas similares con el fin de comparar las opiniones de dos sectores que aunque pertenecen a una misma sociedad son diferentes en cuanto a organización y políticas a seguir.

Cuadro B

| No. | RESPUESTA COINCIDENTE | SECTOR REPRESENTADO |
|-----|--|--|
| 1. | NO | Sector Público (100%) Sector Privado (80%) |
| 1.1 | No necesitan Lic. en Comunicación | Sector Público (50%) Sector Privado (37.5%) |
| 2. | No respondieron | Sector Público (100%) Sector Privado (80%) |
| 3. | Profesional Universitario Experiencia | Sector Público (10%) Sector Privado (10%) Sector Público (10%) Sector Privado (10%) |
| 4. | *No existe respuesta coincidente. | X |
| 5. | NO | Sector Público (70%) Sector Privado (60%) |

Se puede observar que ambos sectores coinciden más de lo que difieren y es solamente en la pregunta No. 4 donde las opiniones fueron completamente distintas.

En dicha pregunta, las instituciones públicas manifestaron que se sienten satisfechas con la preparación del profesional en comunicación (60%) mientras que las empresas privadas están en completo desacuerdo con el nivel académico del egresado de cualquier universidad del país (70%).

Por otro lado coinciden en que la inserción laboral del profesional en comunicación dentro de las instituciones es definitivamente escasa o casi nula, como lo demuestran las respuestas de la pregunta No.1, y las razones expuestas en su mayoría fueron que aún no se han visto en la necesidad de contratar a un comunicador social en el área de Relaciones Públicas (Preg.No.1.1).

La pregunta No.2 no fue respondida ya que aún no contratan comunicadores sociales.

En caso tuvieran que contratar, tanto el Sector Público como el Privado coincidieron en que seleccionarían a un Profesional Universitario o a una persona con experiencia. (Preg.#3)

Para finalizar, ni el Sector Público ni el Privado tienen predilección por alguna universidad, aunque una minoría del Sector Público respondió por la UFF (20%) y del Sector Privado prefirió las Universidades Privadas en general.

CAPITULO 4

SUPUESTOS TEORICOS EN BASE A OBJETIVOS

Los supuestos teóricos que se presentan en este capítulo, están basados en los objetivos de esta investigación y en los datos que presentan los cuadros de "Concordancias de Opinión de las tres Universidades del País" (Cuadro A, inciso 3.1.1) y "Concordancias de Opinión de las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público y el Privado" (Cuadro B, inciso 3.2.1).

Para el efecto, se presentan los resultados del primer cuadro de concordancias de Opinión de las tres Universidades del País":

A. Los estudiantes de la USAC (71%), URL (84%) y UFM (83%), consideran que la preparación académica que han obtenido es BUENA. (Inciso 6.1.1, Cuadro 1, Pregunta 1)

B. Los estudiantes de USAC (66%), URL (79%) y UFM (75%) son capaces de desempeñar cualquier trabajo en comunicación, con la preparación académica adquirida. (Pregunta 2)

C. Los futuros egresados de la USAC (71%), URL (63%) y UFM (58%), no consideran conseguir empleo fácilmente en instituciones públicas o privadas. (Pregunta 3)

D. Las razones planteadas de lo anterior son las siguientes:

a. La Falta de influencias (USAC 12%), (URL 17%), (UFM 4%).

b. La falta de experiencia (USAC, 12%), (URL, 33%), (UFM, 14%). (Pregunta 3.2)

E. Los estudiantes de la USAC (87.5%), URL (84%) y UFM (92%) si conocen las fuentes de empleo, como las Oficinas de Relaciones Públicas (USAC, 52%), (URL, 19%), (UFM 18%) y los Medios de Comunicación (USAC, 29%), (URL, 75%), (UFM, 45%). (Pregunta 4 y 4.1)

F. Se aspira a los cargos de Director de Relaciones Públicas (USAC 4%), (URL, 5%), Relacionista Pública (USAC, 50%), (URL 26%), Jefe de Relaciones Públicas (URL, 10.5%), (UFM, 8%), Productor de Radio y T.V (URL 10.5%), (UFM, 8%) y Directores Medios de Comunicación (URL 16%), (UFM, 17%). (Pregunta 5)

G. Los estudiantes de la USAC (71%), URL (47%) y UFM (50%) si tienen limitaciones para alcanzar sus expectativas laborales. (Pregunta 6)

H. La falta de experiencia (USAC 23.5%), URL (33%), UFM (17%), la limitación económica (USAC 18%), (URL 11%) y la falta de oportunidades (USAC, 18%), UFM (50%) son dificultades para alcanzar las aspiraciones de trabajo. (Pregunta 6.1)

I. Los estudiantes consideran que las funciones de un comunicador social son:

- Comunicar (USAC 33%, URL 16%, UFM 17%)
 - Informar (USAC 4%, URL 16%)
 - Asesorar (USAC 10.5%, UFM 33%)
 - Respuestas erróneas (USAC 33%, UFM 25%)
- (Pregunta 7)

J. Los estudiantes consideraron poder ocupar actualmente los puestos de Relaciones Públicas (USAC 33%, URL 53%, UFM 17%); de Periodista (USAC 8%, UFM 8%); de Director de Medios de Comunicación (USAC 12.5%, URL, 21%, UFM 17%); de Locutor (USAC 4%, URL 5%) y de Asesor (URL 5%, UFM 8%). (Pregunta 8)

K. Los futuros egresados de la USAC (71%), URL (74%) y UFM (92%) no se arrepienten de haber escogido su carrera profesional. (Pregunta 9)

L. Los estudiantes de la USAC (79%), URL (74%) y UFM (17%) creen que el plan de estudio no satisface las necesidades laborales de las instituciones públicas y privadas. (Pregunta 10)

M. La labor del Licenciado en Comunicación no es reconocida por la sociedad (USAC 75%, URL 74%, UFM 83%). (Pregunta 11)

N. Los estudiantes de la USAC (21%) y URL (16%) recomiendan recibir más práctica que teoría, los de la URL (10.5%) y UFM (33%) revisar y actualizar el pensum de estudio y URL (5%) y UFM (8%) colegiar al egresado y dar a conocer la carrera (URL 5%) (UFM 8%). (Pregunta 12)

Siguiendo este orden, se presentan las "Concordancias de Opinión de las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público con el Privado:

A. Las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público (100%) ni del Privado (80%) están contratando Licenciados en Ciencias de la Comunicación. (Inciso 6.2.1, Cuadro 2, Pregunta 1)

B. Tanto el Sector Público (50%) como el Privado (37.5%) expusieron que no están contratando comunicadores sociales para ocupar la plaza. (Pregunta 2)

C. El Sector Público (100%) y el Privado (80%) no respondieron porque no están contratando. (Pregunta 3)

D. Si en caso tuvieran que contratar El Sector Público (10%) y el Privado (10%) solicitan a un profesional universitario o a una persona con experiencia. (Pregunta 4)

E. El Sector Público (70%) y el Privado (60%) no tiene predilección por el profesional egresado de alguna de las universidades. (Pregunta 5)

F. Una minoría de Sector Público eligió a la Universidad Francisco Marroquín (30%) y del Sector Privado (40%) a las Universidades Privadas.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Considerando los resultados de los cuadros de concordancias anteriores, se procede a exponer los objetivos de investigación siguientes:

- Determinar si concuerdan las expectativas laborales de los estudiantes y perfil profesional.
- Relacionar las expectativas laborales del futuro egresado y su oportunidad de empleo.
- Determinar si las instituciones están contratando Licenciados en Ciencias de la Comunicación.
- Establecer si existe concordancia entre lo que solicita la oferta laboral de los comunicadores sociales y su preparación académica.

Por lo tanto, tomando como base lo anterior y los resultados de los cuadros de concordancias de opiniones tanto de los estudiantes de las tres universidades del país como de las oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público y del Privado, se llega a establecer los siguientes supuestos teóricos:

- a. NO SE PUEDE DETERMINAR SI EXISTE ALGUNA CONCORDANCIA ENTRE LAS EXPECTATIVAS LABORALES DE LOS ESTUDIANTES CON EL PERFIL PROFESIONAL, PORQUE NINGUNA DE LAS TRES UNIVERSIDADES PRESENTA UN PERFIL DETALLADO Y DEFINIDO.
- b. LAS EXPECTATIVAS DE LOS ESTUDIANTES NO PUEDEN SER SATISFECHAS POR LA ESTRUCTURA OCUPACIONAL, YA QUE NO ESTA CONTRATANDO COMUNICADORES SOCIALES.
- c. LAS OFICINAS DE RELACIONES PUBLICAS NO ESTAN CONTRATANDO LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION.
- d. LA OFERTA LABORAL, EN CASO SOLICITARA COMUNICADORES SOCIALES, ESTARIA CONTRATANDO UN PROFESIONAL UNIVERSITARIO O PERONAL CON EXPERIENCIA.

CONCLUSIONES

Se pretende con esta investigación, llegar a conclusiones reales y prácticas que contribuyan al mejoramiento de la preparación del profesional en Ciencias de la Comunicación y no se tiene la intención de criticar a alguna institución en especial, más que brindar soluciones a las reformas curriculares que se realicen, muy necesarias en este momento para el beneficio del estudiante de esta carrera. Por lo que, se determinó lo siguiente:

1. La investigación evidencia, que en una mayoría significativa, las expectativas laborales de los estudiantes de las tres universidades, son las de laborar en Oficinas de Relaciones Públicas o Medios de Comunicación Social.
2. Así mismo dentro de estas expectativas están las de ocupar puestos de Relacionistas Públicos, como Directores o Jefes de esta misma área.
3. En lo que respecta a las Oficinas de Relaciones Públicas, tanto del Sector Público como del Privado, no están contratando Licenciados en Ciencias de la Comunicación para ocupar las plazas de Relacionistas Públicos, ya que no se han visto en la necesidad de contratarlos.
4. Si estas instituciones se vieran en la necesidad de contratar Licenciados en Ciencias de la Comunicación, para ocupar las plazas de Relacionistas Públicos, uno de los requerimientos sería que el solicitante fuera profesional universitario o una persona con experiencia.
5. Los objetivos de investigación se cumplieron satisfactoriamente, a pesar de las inconvenientes de las escuelas y facultades de no poseer perfiles profesionales; por lo que, no se pudo determinar si concuerdan las expectativas laborales de los estudiantes con dichos perfiles.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se plantean a continuación van dirigidas a las universidades que ofrecen la carrera de Ciencias de la Comunicación y a las casas de estudio superior que pretendan incluirla en su gama de opciones profesionales:

1. Formar perfiles profesionales que guíen el camino a seguir en la formación del comunicador social a nivel de Licenciatura, con el fin de orientar las expectativas laborales de los estudiantes.
2. Coordinar sesiones de trabajo - universidad y fuentes de empleo reales y potenciales-, para incursionar al profesional dentro de la estructura ocupacional.
3. Colaborar con los estudiantes para que se les facilite la inserción en los trabajos, habiendo definido previamente, fuentes de empleo y universidad, el tipo de profesional que se requiere.
4. Elaborar una campaña de información acerca de lo que es capaz de realizar un comunicador social y sus espacios ocupacionales.
5. Ofrecerle al estudiante otro área donde pueda incursionar, diferente a los espacios ocupacionales dominantes.

BIBLIOGRAFIA

ACUERDO GUBERNATIVO
1994

Diario de Centroamérica.
Guatemala.

Vázquez Juan, Raúl Fuentes,
Daniel P.
1994

FORMACION DE
COMUNICADORES: DE LA
ENSEÑANZA AL APRENDIZAJE.
FELAFACS. Costa Rica.

ESCALA DE SALARIOS
1995

Oficina de Servicio
Civil. Departamento de
Clasificación de puestos
y Salarios. Guatemala.

García Pelayo, Ramón y
Gross
1979

DICCIONARIO LAROUSSE
USUAL. Ediciones Larousse
México.

Interiano Carlos Humberto
1986

ELEMENTOS DE PERSUASION
Guatemala.

MANUAL DE ORGANIZACION
1986

Escuela de Ciencias de la
Comunicación. Universidad
de San Carlos de
Guatemala. Guatemala.

McQuail Denis
1985

INTRODUCCION A LA TEORIA
DE LA COMUNICACION DE
MASAS. Paidós. España.

River, Javier
1985

EN BUSCA DE UN PROYECTO
INTEGRAL EN LA FORMACION
DE COMUNICADORES. México.

- Moragas de M. **SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS.** Gustavo Gili, S.A. España.
- Pasquali, Antonio 1990 **COMUNICACION Y CULTURA DE MASAS.** Monte Avila. Editores Venezuela.
- Prieto Castillo, Daniel 1990 **CONSTRUIR IDENTIDAD PROFESIONAL.** Radio Nederland. Costa Rica.
- Prieto Castillo, Daniel 1988 **DISEÑO CURRICULAR PARA ESCUELAS DE COMUNICACION.** Digraf. Ecuador.
- Prieto Castillo, Daniel 1983 **EDUCACION Y COMUNICACION** Belen. Ecuador.
- PROYECTO DE NUEVO DISEÑO CURRICULAR** 1991 Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC.
- PROYECTO DE REESTRUCTURA** 1985 Facultad de Humanidades. URL.
- Revista Comunicación 1987 **Y DETRAS DE LOS COMUNICADORES.** Gráficas León. Venezuela.
- Revista Comunicación 1980 **PRENSA Y CONFLICTO POLITICO.** Gráficas León. Venezuela.
- Revista Emisor 1987 Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.

ENTREVISTA

1. *Doctor Félix Serrano. Decano de la Facultad de
Comunicación. Universidad
1993 Francisco Marroquín.*

A N E X O

ANEXO 1

**CUESTIONARIO OTORGADO A LOS ESTUDIANTES
DE LAS DIFERENTES UNIVERSIDADES DEL PAIS**

El cuestionario se impartió a estudiantes de Ciencias de la Comunicación, pendientes de concluir su último ciclo de estudio de la Universidad de San Carlos, Landívar y Marroquín. Este cuestionario consta de 12 preguntas que solicitan información acerca de sus expectativas laborales y su posibilidad de empleo.

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

PREGUNTA No.1

Considera que la preparación académica que ofrece la Escuela o Facultad de Ciencias de la Comunicación es: Mala, Buena, Excelente

17 (29%) indicaron que la preparación académica impartida por la Escuela de Ciencias de la Comunicación es Mala, 17 (71%) Buena y ninguno respondió Excelente. Se puede observar que un porcentaje considerable manifestó una respuesta positiva ante la preparación académica obtenida durante los cinco años de estudio. (Cuadro No.1)

PREGUNTA No.2

Podría usted con su preparación a nivel de Licenciatura desempeñar cualquier trabajo relacionado con la comunicación?

16 (66%) respondieron SI y 8 (33%) NO. La respuesta afirmativa muestra que el estudiante se siente capaz de desempeñar trabajos relacionado con su carrera. (Cuadro No.2)

PREGUNTA No.3

Considera usted que le resultaría fácil conseguir empleo de comunicador en cualquier institución privada o pública?

17 (29%) respondieron afirmativamente y 17 (71%) indicaron que NO. Se observa que un alto porcentaje se muestra negativo ante la posibilidad de obtener empleo en su campo no importando la naturaleza de la institución. (Cuadro No.3)

Por qué?

Razones por las que SI sería fácil conseguir trabajo en su profesión:

3 (43%) opinan que la preparación universitaria es adecuada, 2 (29%) consideran que la iniciativa personal y el ser autodidacta es importante; 2 (29%) creen que es factible conseguir empleo sobretodo si se trata de la especialidad que eligieron en la Carrera Técnica. (Cuadro No. 3.1)

Razones por las que NO sería fácil conseguir trabajos:

6 (35%) No aceptación de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación; 4 (23.5%) consideran que el medio es muy cerrado y es difícil el acceso; 1 (12%) respondieron que se requiere de alguna influencia dentro del medio para obtener empleo; 2 (12%) manifestaron la falta de experiencia que tiene el egresado; 1 (6%) indicó que las empresas son sumamente exigentes y el estudiante no satisface sus requerimientos; 2 (12%) no respondieron. (Cuadro No.3.2)

PREGUNTA No. 4

Conoce las fuentes de empleo a las cuales podría recurrir en busca de trabajo?

21 (87.5%) respondieron SI y 3 (12.5%) NULO. (Cuadro No. 4)

Mencione 1

11 (46%) indicaron Oficinas de Relaciones Públicas; 6 (25%) Medios de Comunicación; 1 (4%) Agencias de Publicidad, 3 (12.5%) nulos. (Cuadro No. 4.1)

PREGUNTA No.5

Qué cargo dentro de una institución aspiraría usted ocupar como futuro Licenciado en Ciencias de la Comunicación?

1 (4%) Director de Relaciones Públicas; 1 (4%) Coordinador de Relaciones Públicas; 12 (50%) Relacionistas Públicos; 1 (4%) Gerente de Comunicación; 3 (12.5%) Redactores; 2 (8%) Periodistas; 1 (4%) Director de Arte; 3 (12.5%) no respondieron. (Cuadro No.5)

PREGUNTA No. 6

¿Existe algún tipo de limitación para alcanzar dicha expectativa o aspiración?

7 (71%) respondieron afirmativamente, 6 (25%) indicaron NO y 1 (4%) Nulo.

El mayor porcentaje manifestó limitaciones para lograr sus aspiraciones como profesionales. (Cuadro No. 6)

¿Cuál es la limitación a la que se refiere?

6 (23.5%) indicaron falta de experiencia; 3 (18%) limitación económica; 3 (18%) no existen oportunidades;

1 (6%) mala preparación académica; 1 (6%) falta de influencias; 1 (6%) saturación de personal en las instituciones; 1 (6%) Bajo salario; 3 (18%) no respondieron. (Cuadro No. 6.1)

PREGUNTA No.7

¿Mencione las funciones del Licenciado en Ciencias de la Comunicación?

8 (33%) respondieron comunicar; 1 (4%) fomentar el desarrollo a través de programas de comunicación; 1 (4%) asesorar en Relaciones Públicas; 1 (4%) formar opinión; 1 (4%) elaborar y supervisar proyectos de comunicación; 1 (4%) informar; 1 (4%) concientizar a la población de sus necesidades básicas; 8 (33%) respuestas erróneas; 2 (8%) Nulos. (Cuadro No.7)

PREGUNTA No. 8

¿Mencione puestos que podría desempeñar actualmente?

8 (33%) Relacionistas Públicos, 2 (8%) Periodistas, 2 (8%) Publicistas, 3 (12.5%) Director Medios de Comunicación, 1 (4%) Locutor, 2 (8%) Productores, 1 (4%) Promotor de desarrollo, 5 (21%) Nulos. (Cuadro No.8)

PREGUNTA No. 9

¿Hubiese preferido estudiar otra carrera profesional?

6 (25%) indicaron SI, 17 (71%) NO, 1 (4%) Nulo. (Cuadro No.9)

PREGUNTA No. 10

Considera que el plan de estudio satisface las necesidades laborales de las instituciones privadas públicas que requieren comunicadores sociales?

5 (21%) respondieron afirmativamente y 19 (79%) indicaron que NO. (Cuadro No. 10)

PREGUNTA No.11

Considera que la labor del Licenciado en Ciencias de la Comunicación es reconocida por la sociedad?

6 (25%) manifestaron SI y 18 (75%) NO. (Cuadro No.11)

PREGUNTA No. 12

Qué recomendaría como futuro egresado de la Escuela Facultad de Comunicación para que las necesidades laborales de los estudiantes sean satisfechas por la oferta laboral?

10 (42%) recomendaron reestructura curricular, nuevo pensum de estudio, 5 (21%) recibir más práctica que teoría, 4 (17%) evaluar a los docentes para mejorar la enseñanza, 2 (8%) recibir preparación extra aula, 1 (4%) enseñar a utilizar equipo, 1 (4%) no emplear personas empíricas, 1 (4%) nulo. (Cuadro No. 12)

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION SOCIAL

REGUNTA No.1

¿Considera que la preparación académica que ofrece la escuela o Facultad de Ciencias de la Comunicación es: Mala, Buena, Excelente

16 (16%) respondieron Mala, 16 (84%) Buena y ninguno Excelente. (Cuadro No. 1)

REGUNTA No.2

¿Podría usted con su preparación a nivel de Licenciatura desempeñar cualquier trabajo relacionado con la comunicación?

5 (79%) manifestaron SI y 4 (21%) NO. (Cuadro No.2)

REGUNTA No.3

¿Considera usted que le resultaría fácil conseguir empleo de comunicador en cualquier institución privada o pública?

12 (37%) respondieron afirmativamente, 12 (63%) indicaron NO. (Cuadro No.3)

¿Por qué?

¿Razones por las que SI sería fácil conseguir empleo.

2 (57%) respondieron que poseen experiencia, 2 (29%) por iniciativa propia; 1 (14%) adecuada preparación académica. (Cuadro No.3.1)

¿Razones por las que NO sería fácil conseguir empleo.

4 (33%) consideran que el círculo de trabajo es pequeño y cerrado; 4 (33%) respondieron falta de experiencia; 2 (17%) falta de influencias; 1 (8%) confusión entre comunicación, Publicidad y Propaganda; 1 (8%) no respondió. (Cuadro No.3.2)

REGUNTA No.4

¿Conoce las fuentes de empleo a las cuales podría recurrir en busca de trabajo?

16 (84%) respondieron SI y 3 (16%) NO. (Cuadro No.4)

Mencione 1

12 (63%) Medios de Comunicación, 3 (16%) Oficinas de Relaciones Públicas, 4 (21%) no respondieron. (Cuadro No.4.1)

PREGUNTA No.5

Qué cargo dentro de una institución aspiraría usted ocupar como futuro Licenciado?

2 (10.5%) Jefe del Departamento de Relaciones Públicas, 1 (5%) Director de Relaciones Públicas, 5 (26%) Relacionistas Públicos, 1 (5%) Propietario de una emisora de radio, 2 (10.5%) Productores de Radio y Televisión, 1 (5%) Creativo de una empresa, 1 (5%) Locutor independiente, 1 (5%) Gerente de Medios, 1 (5%) Gerente General de una empresa de Comunicación, 1 (5%) Jefe del Departamento de Comunicación, 3 (16%) Directores de Medios de Comunicación. (Cuadro No.5)

PREGUNTA No.6

Existe algún tipo de limitación para alcanzar dicha expectativa o aspiración anterior?

9 (47%) respondieron SI y 10 (53%) NO. (Cuadro No.6)

Cuál es la limitación a la que se refiere?

3 (33%) falta de experiencia, 1 (11%) egoísmo, 1 (11%) falta capacitación, 1 (11%) estudios por concluir, 1 (11%) falta de oportunidad a recién graduados, 1 (11%) ignorancia de las empresas acerca del profesional en Comunicación, 1 (11%) limitación económica. (Cuadro No.6.1)

PREGUNTA No.7

Mencione las funciones del Licenciado en Ciencias de la Comunicación?

3 (16%) informar, 2 (10.5%) asesorar, 4 (21%) dirigir un medio, 1 (5%) tener elocuencia, 1 (5%) dar a conocer asuntos de interés, 3 (16%) comunicar, 1 (5%) recopilar información, 4 (21%) Nulos. (Cuadro No.7)

PREGUNTA No. 8

¿Mencione puestos que podría desempeñar actualmente?

10 (53%) respondieron Relacionistas Públicos, 4 (21%) Dirección de un medio, 1 (5%) Locutor, 2 (11%) Redactores, 1 (5%) investigador, 1 (5%) asesor. (Cuadro No.8)

PREGUNTA No.9

¿Hubiese preferido estudiar otra carrera profesional?

5 (26%) contestaron afirmativamente y 14 (74%) respondieron NO. (Cuadro No.9)

PREGUNTA No.10

¿Considera que el plan de estudio satisface las necesidades laborales de las instituciones privadas o públicas que requieren comunicadores sociales?

5 (26%) respondieron SI y 14 (74%) NO. (Cuadro No.10)

PREGUNTA No.11

¿Considera que la labor del Licenciado en Ciencias de la Comunicación es reconocida por la sociedad?

5 (26%) indicaron SI y 14 (74%) NO. (Cuadro No.11)

PREGUNTA No. 12

¿Qué recomendaría como futuro egresado de la Escuela o Facultad de Comunicación para que las necesidades laborales de los estudiantes sean satisfechas por la oferta laboral?

3 (16%) recomiendan más práctica en el pensum de estudio; 2 (10.5%) revisión de pensum; 2 (10.5%) dar más oportunidad en el campo de trabajo; 3 (16%) crear más fuentes de empleo; 1 (5%) crear medios de comunicación donde ejerzan únicamente estudiantes; 1 (5%) aplicar la teoría y práctica a la realidad guatemalteca; 1 (5%) colegiar a los egresados; 1 (5%) Dar a conocer la carrera; 1 (5%) que los empleadores no exploten a los recién graduados; 1 (5%) coordinación entre universidad y empresas o instituciones para determinar los requerimientos laborales; 1 (5%) cumplir con los programas; 1 (5%) la universidad debe ubicar al estudiante para la práctica supervisada, 1 (5%) nulo. (Cuadro No.12)

**UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUIN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

PREGUNTA No.1

Considera que la preparación académica que ofrece la escuela o Facultad de Ciencias de la Comunicación es: Mala, Buena, Excelente

10 (83%) respondieron BUENA; 2 (17%) EXCELENTE ninguno MALA. (Cuadro No.1)

PREGUNTA No.2

Podría usted con su preparación a nivel de Licenciatura desempeñar cualquier trabajo relacionado con la comunicación?

9 (75%) indicaron SI y 3 (25%) NO. (Cuadro No.2)

PREGUNTA No.3

Considera usted que le resultaría fácil conseguir empleo de comunicador en cualquier institución privada o pública?

5 (42%) respondieron afirmativamente y 7 (58%) NO (Cuadro No.3)

Por qué?

Razones por las que SI sería fácil conseguir empleos:

2 (40%) respondieron la adecuada preparación obtenida, 2 (40%) poseen experiencia laboral en el medio, 1 (20%) iniciativa personal. (Cuadro No.3.1)

Razones por las que No sería fácil conseguir trabajos:

4 (57%) no se toma en cuenta el grado académico; 1 (14%) falta de práctica en el pensum; 1 (14%) falta de experiencia, 1 (14%) falta de influencias. (Cuadro 3.2)

PREGUNTA No.4

Conoce las fuentes de empleo a las cuales podría recurrir en busca de trabajo?

11 (92%) indicaron SI y 1 (8%) NO. (Cuadro No. 4)

encione 1

(42%) reconocen como empleador a los Medios de comunicación; 4 (33%) a Agencias de Publicidad; 2 (17%) oficinas de Relaciones Públicas, 1 (8%) no respondió. (Cuadro No.4.1)

REGUNTA No.5

¿qué cargo dentro de una institución aspiraría usted ocupar como futuro Licenciado?

(8%) Gerente de Publicidad, 2 (17%) Dirección de algún Medio de Comunicación, 1 (8%) Productor de televisión, 1 (8%) Docente Universitario, 1 (8%) consultor de Publicidad y Relaciones Públicas, 1 (8%) director de Agencia de Publicidad, 1 (8%) Coordinador del área de comunicación, 1 (8%) Jefe de Relaciones Públicas, 1 (8%) Propietario de Agencia de Publicidad, (17%) no respondieron. (Cuadro No.5)

REGUNTA No.6

¿existe algún tipo de limitación para alcanzar dicha expectativa o aspiración anterior?

(50%) respondieron SI y 6 (50%) NO. (Cuadro No.6)

¿cuál es la limitación a la que se refiere?

(17%) Falta de tiempo por estudios, 1 (17%) Falta de experiencia, 3 (50%) escasa oportunidad de empleo, 1 (17%) falta de legislación que proteja al comunicador. (Cuadro No.6.1)

REGUNTA No.7

¿encione las funciones de un Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

(33%) asesorar; 2 (17%) comunicar, 1 (8%) educar, 1 (8%) producir, 1 (8%) orientar a la opinión pública, 3 (25%) respuestas equivocadas. (Cuadro No.7)

PREGUNTA No.8

Mencione puestos que podría desempeñar actualmente?

2 (17%) Dirección de Medios de Comunicación, 2 (17%) Relacionistas Públicos, 1 (8%) Reportero, 1 (8%) Jefe de Relaciones Públicas, 1 (8%) Periodista, 1 (8%) Jefe de Redacción, 1 (8%) Asesor en proyectos de Comunicación Social, 1 (8%) Administrador de Medios de Comunicación, 1 (8%) Docente, 1 (8%) Jefe de Suplementos. (Cuadro No.8)

PREGUNTA No.9

Hubiese preferido estudiar otra carrera profesional?

1 (8%) respondió SI y 11 (92%) NO. (Cuadro No.9)

PREGUNTA No.10

Considera que el plan de estudio satisface las necesidades laborales de las instituciones privadas públicas que requiere comunicadores sociales?

10 (83%) indicaron que SI y 2 (17%) NO. (Cuadro No.10)

PREGUNTA No.11

Considera que la labor del Licenciado en Ciencias de la Comunicación es reconocida por la sociedad?

2 (17%) respondieron SI y 10 (83%) NO. (Cuadro No.11)

PREGUNTA No.12

Qué recomendaría como futuro egresado de la Escuela Facultad de Comunicación, para que las necesidades laborales de los estudiantes sean satisfechas por la oferta laboral?

4 (33%) sugieren revisión y actualización de pensum, 1 (17%) prepararse en todas las áreas de la comunicación, 1 (8%) dar a conocer la carrera, 1 (8%) legislar que los puestos de alta jerarquía sólo los ocupe los Licenciados en Comunicación, 1 (8%) que la universidad contacte empresas donde el estudiante pueda ejercer su profesión, 1 (8%) colegiar al egresado, 1 (8%) valorar el grado académico, 1 (8%) Nulo. (Cuadro No.12)

ANEXO 2

**QUESTIONARIO OTORGADO A LAS OFICINAS DE RELACIONES
PUBLICAS DEL SECTOR PUBLICO Y PRIVADO**

Este cuestionario fue otorgado a las Oficinas de Relaciones Públicas del Sector Público como del Privado / consta de cinco preguntas claves, que recopilan información acerca de la absorción laboral del licenciado en Comunicación en esta actividad específica.

A continuación se presentan las respuestas de los encargados de las Oficinas de Relaciones Públicas de ambos sectores.

RESPUESTAS DE LAS OFICINAS DEL SECTOR PUBLICO

PREGUNTA No.1

¿Está usted contratando Licenciados en Ciencias de la Comunicación?

Ninguno indicó SI y 10 (100%) indicaron No. (Cuadro No.1)

Si la respuesta es negativa indique el motivo.

1 (10%) la plaza está ocupada, 5 (50%) no se necesitan licenciados en Ciencias de la Comunicación para optar la plaza, 1 (10%) no existe un presupuesto designado para profesionales en el ramo, 1 (10%) se requiere personal con conocimientos prácticos, 1 (10%) las plazas se logran por ascensos en la carrera administrativa dentro de la institución, 1 (10%) tienen política de austeridad, razón presupuestaria. (Cuadro No. 1.1)

PREGUNTA No.2

¿Qué puestos ocupan dentro de la organización?

10 (100%) no respondieron. (Cuadro No.2)

PREGUNTA No.3

Qué preparación académica solicita para que sean contratados?

1 (10%) Licenciados en Administración de Empresas o en Comunicación, 1 (10%) Profesional Universitario, 1 (10%) Nivel Técnico, 1 (10%) Nivel Medio, 1 (10%) Periodista o estudiante universitario pendiente de graduarse, 1 (10%) Licenciado en Ciencias de la Comunicación, 1 (10%) experiencia en el campo, 3 (30%) no contestaron. (Cuadro No.3)

PREGUNTA No.4

Está satisfecho con la preparación del profesional en comunicación que le ofrecen las universidades del país?

6 (60%) respondieron que SI, 3 (30%) No y 1 (10%) no respondió. (Cuadro No.4)

PREGUNTA No.5

Tiene alguna predilección por el profesional egresado de alguna de las universidades?

3 (30%) indicaron que SI y 7 (70%) respondieron NO. (Cuadro No.5)

Por cuál?

2 (67%) Universidad Francisco Marroquín, 1 (33%) Universidad San Carlos de Guatemala, y ninguno se pronunció por la Universidad Rafael Landívar. (Cuadro No.5.1)

RESPUESTAS DE LAS OFICINAS DEL SECTOR PRIVADO

PREGUNTA No.1

Está usted contratando Licenciados en Ciencias de la Comunicación?

2 (20%) indicaron que SI y 8 (80%) NO. (Cuadro No.1)

Si la respuesta es negativa indique el motivo.

1 (12.5%) no existe la plaza, 1 (12.5%) están en reestructuración, 3 (37.5%) no se ha tenido la necesidad, 2 (25%) no se contratan Licenciados en Ciencias de la Comunicación, 1 (12.5%) se solicita personal con experiencia. (Cuadro No.1.1)

PREGUNTA No.2

Qué puestos ocupan dentro de la organización?

1 (10%) Ejecutivo para el Departamento de Publicaciones, 1 (10%) Ejecutivo de Relaciones Públicas o Desarrollo de Recursos y 8 (80%) no respondieron. (Cuadro No.2)

PREGUNTA No.3

Qué preparación académica solicita para que sean contratados?

1 (10%) Título de Profesional, 1 (10%) Licenciado en Administración de Empresas o Mercadotecnia, 1 (10%) Cierre de pensum en Ciencias de la Comunicación y experiencia de 3 años, 1 (10%) último semestre en Ciencias de la Comunicación, 1 (10%) Comunicador Social con conocimientos en campos administrativos y suficiente madurez, 1 (10%) experiencia, 4 (40%) no respondieron. (Cuadro No.3)

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca

PREGUNTA No.4

Está satisfecho con la preparación del profesional en comunicación que le ofrecen las universidades del país?

1 (10%) contestó SI, 7 (70%) NO y 2 (20%) Nulo. (Cuadro No.4)

PREGUNTA No.5

Tiene alguna predilección por el profesional egresado de alguna de las universidades?

4 (40%) respondieron afirmativamente y 6 (60%) indicaron que NO. (Cuadro No.5)

Por cuál?

1 (25%) prefiere la Universidad Francisco Marroquín, 2 (50%) Universidades Privadas (Universidad Marroquín o Rafael Landívar), 1 (25%) Universidad San Carlos de Guatemala. (Cuadro No.5.1)