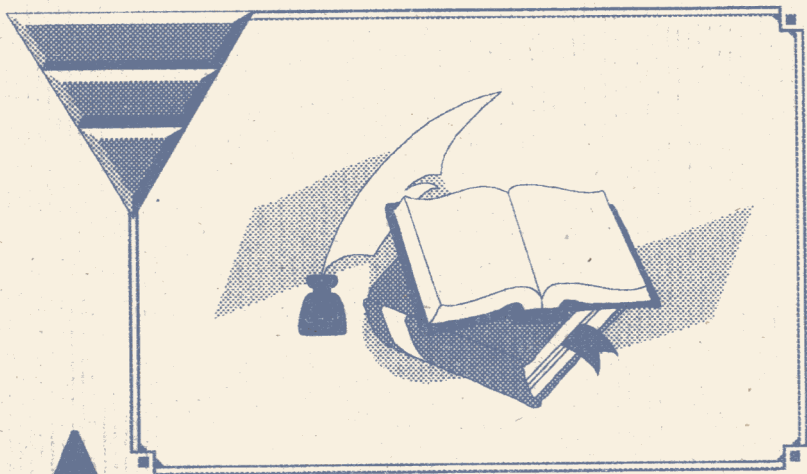




A*cercamiento a
la demanda de formación
entre profesionales del
periodismo en Jalisco*

Departamento de Estudios de la Comunicación Social

**Acercamiento a la demanda de
formación entre profesionales del
periodismo en Jalisco**

*Departamento de Estudios
de la Comunicación Social*

Primera Edición

D.R. © 1997 Universidad de Guadalajara

Coordinación Editorial

Francisco Rojas González 131, Sector Hidalgo

Col. Ladrón de Guevara

ISBN: 968-895-746-1

Producción

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Unidad de Difusión *CUCSH-UBEC*

Guanajuato 1045, Sector Hidalgo

44260, Guadalajara, Jalisco, México



FOMES • U de G

Este documento se realizó con recursos del
FONDO PARA LA MODERNIZACIÓN DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR-FOMES 96-15-16

Acercamiento a la demanda de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco

**Departamento de Estudios de la
Comunicación Social**



Investigación diagnóstica desarrollada por el Departamento de Estudios de la Comunicación Social, en vinculación con la Coordinación de Educación Continua, Abierta y a Distancia y la Oficina de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara.



El Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS) agradece a las siguientes instancias de la Rectoría General, su apoyo para lograr un mayor acercamiento con los directivos de medios de comunicación locales, así como su disposición para introducirnos en el conocimiento de la modalidad de formación universitaria a través de programas de educación continua, abierta y a distancia: Oficina de Comunicación Social y Coordinación de Educación Continua Abierta y a Distancia de la Universidad de Guadalajara.



El DECS agradece a la Rectoría del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades por el interés que mostró en el avance del proyecto, así como por el apoyo otorgado para el desarrollo del mismo. Nuestro agradecimiento a la Secretaría Académica y a la Unidad de Difusión del CUCSH, por hacer posible la publicación del presente documento. En el mismo sentido, reconocemos la labor realizada por la División de Estudios de la Cultura, para dar seguimiento a las gestiones y acuerdos que permitieron avanzar en la realización del estudio.



La Jefatura del DECS reconoce especialmente el apoyo de los investigadores y asistentes involucrados en la realización del presente estudio, ya que con profesionalismo incorporaron a las responsabilidades y actividades académicas propias, las que surgieron de este proyecto colectivo, que como tal, impuso diversos ritmos de trabajo. En buena medida, el avance alcanzado en la definición de una oferta docente encaminada a satisfacer las necesidades de formación de los profesionales del periodismo en Jalisco, se debe al entusiasmo con el que los académicos del DECS acogieron y desarrollaron esta investigación departamental.



INDICE

Presentación	7
Antecedentes	11
Oferta docente actual del DECS	17
Justificación y objetivos	23
Desarrollo de la investigación	25
Resultados:	
Demanda potencial y necesidades específicas de formación.....	37
Síntesis de hallazgos.....	55
Conclusiones	59
ANEXOS	61

INVESTIGADORES PARTICIPANTES EN EL PROYECTO	Mtro. Francisco de Jesús Aceves González Mtra. Cecilia Cervantes Barba Mtro. Gilberto Fregoso Peralta (etapa inicial) Mtro. Francisco Hernández Lomelí Mtra. Ma. Elena Hernández Ramírez Mtro. Armando Ibarra López Mtra. Martha Renero Quintanar Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz Mtra. Teresa de Jesús Tovar Peña
ASISTENTES DE INVESTIGACIÓN	Lic. Oralia Arreola Ochoa Lic. Josefina Cortés Gutiérrez* Lic. Cristina del Consuelo Díaz Sánchez* Lic. Ma. de Lourdes García Curiel* Lic. Ma. Guadalupe García Pérez Carmen Flores Rubio*
COORDINACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	Mtra. Cecilia Cervantes Barba
ELABORACIÓN DEL REPORTE DE INVESTIGACIÓN	Mtra. Cecilia Cervantes Barba, con la colaboración de los Mtros. Ma. Elena Hernández Ramírez y Francisco de J. Aceves González, así como del Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz
ANÁLISIS DE DATOS EMPÍRICOS	Mtro. Francisco de Jesús Aceves González Mtra. Cecilia Cervantes Barba Mtra. Ma. Elena Hernández Ramírez Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz
RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN EN MEDIOS LOCALIZADOS EN LAS REGIONES DEL ESTADO DE JALISCO Y ELABORACIÓN DE BASES DE DATOS	Lic. Oralia Arreola Ochoa
EDICIÓN	Lic. Raúl Romero Esquivel
DISEÑO	Gilberto López Aguiar
REVISIÓN	Javier Ramírez Martínez
IMPRESIÓN	Humberto Velázquez Pedroza

(*) Estudiantes dentro del Programa de Motivación a la Investigación de Estudiantes Sobresalientes de la Universidad de Guadalajara.



PRESENTACIÓN

El interés de la Universidad de Guadalajara por responder a una posible demanda de formación universitaria latente entre profesionales del periodismo¹ en el estado de Jalisco, propició que al interior del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, un grupo de académicos del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, acordara realizar en vinculación con la Coordinación de Educación Continua, Abierta y a Distancia y con la Oficina de Comunicación Social, un trabajo relativamente profundo de identificación y análisis sistemático de las necesidades de formación de los profesionales del periodismo que desarrollan su práctica en uno de los estados del país con mayor actividad periodística.

La intención inicial del proyecto se centró en desarrollar un estudio que, por un lado, permitiera determinar si existe una demanda real de formación al interior de los medios de comunicación del estado de Jalisco. Por otra parte, se requeriría precisar en qué medios, puestos y actividades es más fuerte dicha demanda, así como qué características presenta y, especialmente, de qué manera y bajo qué condiciones la Universidad de Guadalajara podría hacerle frente a

92 01 1 En el contexto de esta investigación, se denominan "profesionales del periodismo" a quienes realizan actividades que tienen que ver con la labor informativa, aun cuando no sean reporteros o periodistas. Es así que se incluye a editores, redactores, asistentes de redacción, fotógrafos, camarógrafos e infógrafos, entre otros.

través de un programa de formación que resultara pertinente para los profesionales del periodismo y viable para el Departamento de Estudios de la Comunicación Social, que sería la instancia académica encargada de ofrecer dicho programa.

Planteado el trabajo de esta manera, se decidió realizar una investigación diagnóstica que permitiera obtener información de primera mano sobre una demanda social concreta localizada en un sector con el que hasta el momento la Universidad de Guadalajara no ha mantenido vinculaciones directas en el plano académico. Una serie de sesiones promovidas inicialmente por la Oficina de Comunicación Social y coordinadas posteriormente por el Departamento de Estudios de la Comunicación Social, en vinculación con la mencionada Oficina y con la Coordinación de Educación Continua, Abierta y a Distancia, permitieron definir el rumbo del estudio y avanzar en el desarrollo de una investigación departamental ambiciosa y compleja que finalmente aportó datos interesantes y novedosos sobre el perfil de necesidades de formación de los profesionales del periodismo en Jalisco.

Además de la información que arrojó este estudio, que en varios sentidos es valiosa, los aportes de este trabajo se pueden ubicar en dos niveles: social y académico. En el plano social, permite que individuos, grupos y sectores del estado de Jalisco y del país se acerquen al conocimiento de una comunidad de profesionales con la que tenemos contacto diariamente a través de sus productos (notas informativas, columnas, reportajes, caricaturas, fotografías, etcétera), pero de la que poco sabemos en el nivel de sus requerimientos, esfuerzos y aspiraciones orientados hacia la profesionalización de su actividad.

En el plano académico, este estudio abre camino en dos sentidos. Muestra por una parte la pertinencia y necesidad de que los programas de formación y sus respectivos planes de estudio no se definan *a priori*, desde el escritorio de los profesores, sino que se realicen estudios previos orientados hacia la exploración de la demanda real que pudieran tener ciertos programas. En este sentido, una investigación diagnóstica permite obtener información de primera

mano sobre las necesidades de formación y los cursos que pudieran resultar de interés o ser necesarios para los posibles aspirantes al programa. Este estudio contribuye entonces a la reconceptualización del trabajo curricular, a través del planteamiento de un procedimiento que no es totalmente novedoso, pero sí poco empleado, en la definición y desafío de programas de estudio.

Por otra parte, la investigación que nos ocupa, confirma la necesidad de formalizar, en el plano académico, la vinculación entre la Universidad de Guadalajara y los medios de comunicación en Jalisco. Asimismo, propicia el futuro establecimiento de redes entre dos comunidades que pudieran fortalecerse mutuamente a través del programa de formación para profesionales del periodismo. Dichas comunidades corresponden a los grupos de profesionales dedicados a la práctica periodística y a los investigadores-docentes de la comunicación.

En síntesis, la investigación que a través de este documento se reporta, constituyó entonces un paso previo a la definición y desafío de un programa de formación para profesionales del periodismo en Jalisco, que el Departamento de Estudios de la Comunicación Social ofrecería, en principio, bajo la modalidad de educación continua, abierta y a distancia.



ANTECEDENTES

La importancia que en diversos ámbitos de la actividad social se le atribuye a la comunicación propició que en el último decenio algunos medios de comunicación locales, así como de otros sectores de la población, plantearan a la Universidad de Guadalajara la necesidad de integrar, a la oferta académica actual de dicha institución, una Licenciatura en Comunicación o en Periodismo. Las respuestas a esa demanda han sido variadas. No obstante, coinciden en que se plantearon como requerimiento previo a cualquier definición de programas docentes, el desarrollo de diagnósticos.

En esa línea se encuentra el trabajo de los investigadores Pablo Arredondo Ramírez y Enrique E. Sánchez Ruiz, quienes hace poco más de diez años realizaron un diagnóstico² sobre los estudios de comunicación en México y América Latina, detectando que aun cuando a partir de la década de los setenta se multiplicaron las escuelas y facultades de comunicación en México y, en general, en América Latina, el impacto de dicho crecimiento en la formación de comunicadores no había sido substancial, ni permitió integrar una base de conocimientos sobre el área.

El trabajo mencionado arrojó, en síntesis, evidencias que permitieron confirmar los siguientes problemas:

2 Crf. Arredondo Ramírez, Pablo y Enrique E. Sánchez Ruiz (1985). *La Universidad de Guadalajara y la Comunicación Social: Un Diagnóstico*. DICSA. Universidad de Guadalajara. Manuscrito.

- a) Crecimiento anárquico y concentrado de las escuelas y facultades de "Ciencias de la Comunicación".
- b) Falta de recursos humanos, financieros y materiales.
- c) Diversidad y dispersión de los campos de acción profesional.
- d) Mercados de trabajo saturados, a la par de necesidades de la demanda de profesionales no atendidas adecuadamente, y necesidades sociales totalmente ignoradas por la oferta educativa de las escuelas de comunicación.

Ante esta situación, los investigadores mencionados propusieron que la alternativa pertinente para responder a la aparente necesidad de crear un programa de formación en comunicación o en periodismo, tendría que orientarse hacia la generación de conocimientos en torno a fenómenos de comunicación social. De este modo, la creación de un centro de investigación especializado en el análisis de problemáticas comunicacionales constituiría un paso adelante en la formación de profesores-investigadores que a mediano plazo integrarían una base docente para algún posgrado en comunicación y, eventualmente, para una licenciatura que pudiera ofrecer la Universidad de Guadalajara.

Fue precisamente con el propósito de dar forma a la propuesta planteada en dicho diagnóstico, que en 1986 se creó el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC), ahora Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), el cual, como se señala en el siguiente apartado de este documento, ha cumplido en buena medida con sus objetivos iniciales, a través de la formación de recursos humanos con estudios de posgrado³ que

3 El DECS cuenta actualmente con dieciséis académicos, de los cuales tres tienen el grado de doctorado y cuatro lo obtendrán entre 1996 y 1997. Dos profesores más realizan

actualmente apoyan la oferta docente del DECS en los niveles de licenciatura (*licenciaturas en Sociología, Estudios Políticos y Letras Hispánicas*) y posgrado (*Maestría en Ciencias Sociales y Doctorado en Ciencias Sociales*), aun cuando hasta el momento no se tiene una Licenciatura en Comunicación.

En 1990, también como respuesta a una demanda social concreta tendiente a que la Universidad de Guadalajara ofreciera un programa de formación en el área periodística, el CEIC, a través del Mtro. Francisco de J. Aceves, coordinador de docencia, se dio a la tarea de integrar una *Especialidad en Periodismo* que se ofrecería en vinculación con el Centro de Educación Continua y Abierta (CEDUCA), y tendría una duración de tres trimestres. Este posgrado, constituido por tres módulos, tenía como objetivo formar a los estudiantes en las áreas de *Periodismo Impreso, Radiofónico y Televisivo*.

Al igual que en el caso de la creación del CEIC, al diseño de la mencionada especialidad, le precedió la realización de un diagnóstico sobre la demanda real y potencial que existía en ese momento entre estudiantes egresados de las carreras de *Filosofía, Derecho, Sociología, Economía, Historia, Literatura, Psicología y Comunicación*, de la zona metropolitana de Guadalajara, principalmente. Aun cuando el programa tuvo una aceptación considerable —se

estudios en el mencionado nivel y se espera que otros tres obtengan el grado de maestría durante 1997. Uno más inició recientemente estudios de maestría. Se considera que para 1997, nueve profesores contarán con el grado de doctorado y tres con el de maestría. Aunado a lo anterior, cinco profesores son actualmente miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). El fuerte proceso de profesionalización en el que se encuentra una buena parte del personal académico del DECS permitirá que el Departamento cuente a corto plazo con una planta de profesores de alto nivel académico con especialización en diversas áreas del ámbito de la generación de conocimientos en comunicación y con posibilidad de desarrollar y apoyar los programas de docencia del Departamento.

registraron inicialmente alrededor de 40 aspirantes— no se ofreció debido al alto costo fijado para el mismo.

Además del trabajo realizado al interior del CEIC, otras instancias de la Universidad de Guadalajara se han interesado en el diseño y ofrecimiento de programas sobre comunicación. Es el caso de la División de Educación Abierta y a Distancia (DEAD), que elaboró una propuesta de diseño curricular para una *Licenciatura en Administración y Producción de Medios de Comunicación*⁴, la cual, al igual que los proyectos anteriores, surgió de un estudio exploratorio orientado hacia la detección de los sujetos interesados en ingresar al programa. Se aplicó un cuestionario a 200 trabajadores localizados en distintos medios.

El diseño curricular de la licenciatura comprendía módulos en las siguientes áreas: *Bases científicas de la comunicación, Comunicación organizacional, Diseño gráfico y Técnicas de edición, Mercadotecnia y publicidad, Periodismo y medios impresos, Radio y técnicas de grabación; Cine, video y televisión, Conocimientos básicos de computación, Lectura y redacción para los medios, Fotografa, Apreciación cinematográfica, Teatro, Apreciación musical y Artes plásticas*. Esta iniciativa no progresó y fue retomada en agosto de 1995 por la actual Coordinación de Educación Continua, Abierta y a Distancia, y propuesta para su discusión al grupo de académicos que desarrolló la investigación que se reporta en este documento.

Los programas y diagnósticos a los que se ha hecho referencia constituyeron una base fundamental para la orientación de la investigación que desarrolló el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de septiembre de 1995 hasta abril de 1996, con la finalidad de determinar la pertinencia de ofrecer un programa

4 Cfr. Quezada Curiel, José, Edgar R. Rodríguez Solís y Ana Ma. García Castañeda (s/f). *Propuesta de Diseño Curricular Modular. Licenciatura en Administración y Producción de Medios de Comunicación con Antecedente en Bachillerato*. División de Educación Abierta y a Distancia. Universidad de Guadalajara. Guadalajara. Manuscrito.

para profesionales del periodismo en activo. A partir de la revisión de los materiales mencionados se determinó que el programa que el DECS pudiera plantear tendría que responder a las necesidades reales de formación de los posibles interesados, al tiempo que guardara una vinculación estrecha con la actual oferta docente del DECS en los niveles de licenciatura y posgrado, a la cual se hace referencia enseguida.



OFERTA DOCENTE ACTUAL DEL DECS

Hacia el mes de octubre de 1994, el Departamento de Estudios de la Comunicación Social respondió a una invitación del Departamento de Sociología de la Universidad de Guadalajara, para ofrecer una opción terminal dentro de la Licenciatura en Sociología y renovar de ese modo la oferta académica de los dos departamentos. Se diseñó entonces una *Especialización en comunicación y cultura* orientada fundamentalmente hacia el análisis de la práctica periodística y de la opinión pública. Esta especialización fue planteada posteriormente al Departamento de Estudios Políticos y se adoptó como parte del plan de estudios de la *Licenciatura en Estudios Políticos y Gobierno*. Se acordó que en Sociología, la especialización se ofrecería a partir del séptimo semestre, en tanto que en Estudios Políticos, a partir del sexto.

En acuerdo con los departamentos mencionados, se integró una oferta especializada en comunicación, constituida por diez cursos orientados principalmente hacia el análisis de enfoques y modelos empleados en el estudio de la comunicación y hacia la reflexión en torno a la práctica periodística y los procesos de generación de opinión pública. Una vez integrada esta alternativa de formación en el área comunicacional, se presentó la oportunidad de apoyar al Departamento de Letras mediante el diseño y eventual ofrecimiento de cursos sobre práctica periodística, de corte más herramental; esto, con el objetivo de consolidar una especialización en periodismo, al interior de dicho programa, pues se ha detectado que los egresados de la

Licenciatura en Letras Hispánicas tienen de hecho una buena acogida en los medios de comunicación, especialmente como editores y redactores.

Ahora bien, las opciones terminantes o especializaciones que el DECS se propuso ofrecer dentro de los programas de licenciatura mencionados, se revisaron recientemente para ser adaptadas al sistema de créditos que operará en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades a partir de septiembre de 1996. De esta forma se integró una oferta docente única a la que podrán inscribirse estudiantes de diversas licenciaturas, en lugar de contar con una especialización para cada licenciatura. Dicha oferta se orienta por lo pronto hacia el análisis interdisciplinario de la práctica periodística, de la opinión pública, de las nuevas tecnologías y de la formación de audiencias, principalmente. Es de este modo que se intenta mantener una vinculación clara y consistente entre la oferta de formación en licenciatura y las líneas de investigación del DECS.

***Oferta de Docencia en el Nivel de Licenciatura
(DECS-CUCSH)***

Línea de Docencia	Eje Teórico	Eje metodológico
Comunicación social	⇔ Análisis de la comunicación de masas ⇔ Seminario especializante	⇔ Telecomunicaciones
Sociología del periodismo	⇔ Análisis de la práctica periodística ⇔ Contexto actual del periodismo en México	⇔ Metodologías para el análisis de la producción de noticias
Comunicación política	⇔ Comunicación política en opinión pública ⇔ Opinión pública	⇔ Evaluación y diseño de estrategias de comunicación política
Análisis de recepción	⇔ Formación de públicos y análisis de la recepción	

En posgrado, el Departamento de Estudios de la Comunicación Social se vincula con cinco departamentos especializados⁵ que participan en el ofrecimiento de la *Maestría en Ciencias Sociales*, programa registrado en el Padrón de Posgrados de Excelencia del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). A cargo del DECS se encuentra la *Especialidad en Comunicación Social* de la maestría. Dicha especialidad tiene como objetivo profundizar en el estudio y entendimiento crítico de las principales teorías contemporáneas de la comunicación, especialmente de las relativas a los medios de comunicación masiva y de los vínculos que existen entre la comunicación, la cultura y otras estructuras y procesos sociales, a fin de explicar contextual y críticamente los fenómenos comunicacionales e informativos en las sociedades contemporáneas.

Cuatro cursos de *Teoría de la Comunicación* y cuatro relativos al desarrollo de los proyectos de investigación que los estudiantes plantean como tesis de maestría, constituyen el plan de la especialidad a lo largo de dos años:

5. Además de un "tronco común" sobre materias teórico-metodológicas y de apoyo, cinco Departamentos especializados del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades ofrecen las siguientes Especialidades como parte del plan de estudios de la Maestría: 1) *Especialidad en Comunicación Social* (Departamento de Estudios de la Comunicación Social), 2) *Especialidad en Estudios Latinoamericanos* (Departamento de Estudios Ibéricos y Latinoamericanos), 3) *Especialidad en Estudios Urbano-Industriales* (Departamento de Estudios Socio-Urbanos), 4) *Especialidad en Estudios Políticos* (Departamento de Estudios sobre los Movimientos Sociales) y 5) *Especialidad en Relaciones Internacionales y Estudios del Pacífico* (Departamento de Estudios del Pacífico).

**Especialidad en Comunicación Social de la
Maestría en Ciencias Sociales (CUCSH)⁶**

Semestre	Eje de especialización	Eje de proyectos
Primero	Teoría de la Comunicación I (Fundamentos, modelos, enfoques)	Taller de Proyectos I
Segundo	Teoría de la Comunicación II (Significación, producción de sentido, lenguaje, discurso)	Taller de Proyectos II
Tercero	Medios de Difusión y Sociedad I (Seminario teórico; tendencias contemporáneas)	Taller de Proyectos III
Cuarto	Medios de Difusión y Sociedad II (Latinoamérica y México)	Seminario de Tesis

Por otro lado, como parte de las actividades orientadas hacia la formación de recursos humanos en el nivel de posgrado, el DECS se constituyó en 1991 como una de las sedes, por parte de la Universidad de Guadalajara, del Programa de Doctorado en Ciencias Sociales que ofrecen conjuntamente dicha institución y el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS). La relación con este programa se ha fortalecido no sólo a través de la participación del Departamento en las actividades de docencia y de ofrecimiento de asesoría de tesis, sino de la formación

6 Se presenta aquí únicamente lo relativo a la Especialidad que ofrece el DECS, por lo que este cuadro no refleja la estructura del programa en conjunto. El plan de estudios general de la Maestría puede consultarse en el folleto que para difusión del programa elaboró el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades en 1994 (pp. 11-34). Información completa del programa se encuentra también en la *Guía Académica* (1995-1998) del CUCSH, editada en 1995 (Cfr. pp.74-80).

que algunos profesores del DECS han recibido como estudiantes inscritos en ese programa.

La descripción de la oferta de docencia con que cuenta actualmente el DECS en los niveles de licenciatura y posgrado, es relevante en tanto permite dar cuenta de la manera como esta instancia académica se encuentra de hecho formalmente involucrada en la atención de necesidades de formación en las áreas de comunicación social y periodismo. Es así que, como se mencionó anteriormente, para fortalecer la docencia del CUCSH, el Departamento se vincula con programas de licenciatura y posgrado que ya existen en el Centro Universitario y los apoya en la renovación de su oferta de formación, al tiempo que continúa con el desarrollo de su función sustantiva: la investigación en comunicación.



JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

La posibilidad de diseñar y ofrecer un programa de formación para profesionales del periodismo en activo, presentó a los académicos del DECS un reto con coordenadas específicas que habría que tomar en cuenta para el eventual desarrollo de un programa docente con pertinencia social y académica. En primer lugar, se trataba de atender las demandas de un grupo que *ocupa* ya un lugar dentro de los medios y no a egresados de preparatoria interesados en cursar una licenciatura en comunicación. Por otra parte, los posibles aspirantes al programa que ofreciera el DECS contarían con una serie de conocimientos y habilidades que habría que tomar en cuenta en la definición y diseño de la posible oferta, ya que plantear desde la academia un programa de formación que resulte relevante y adecuado para profesionales del periodismo, que en muchos sentidos son expertos en su práctica, es una tarea compleja. Finalmente, proponer un programa de formación para periodistas implicaría precisar hasta qué punto el interés mostrado por algunos medios de comunicación locales para que la Universidad de Guadalajara ofrezca un programa en comunicación o en periodismo, refleja las necesidades del resto de los medios de la zona metropolitana de Guadalajara y, en general, las de los medios del interior del estado.

Por lo expuesto anteriormente, se consideró necesario realizar una investigación diagnóstica que permitiera determinar la demanda real y potencial, así como el tipo de oferta académica que podría resultar pertinente y viable tanto para los profesionales del periodismo,

como para la Universidad de Guadalajara. Para ello se acordó dividir el estudio en dos etapas. Una primera en la que se desarrollaría lo que inicialmente se concibió como un *Censo*, pero que finalmente se constituyó en un acercamiento muestral denominado *Exploración sobre demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco*, y una segunda en la que se realizaría un *Sondeo sobre necesidades específicas de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco*.

Como objetivo general y específicos de la investigación, se plantearon los siguientes:

Objetivo general:

Integrar un perfil de profesionales del periodismo en Jalisco, potencialmente aspirantes a un programa académico, con relación a sus necesidades de formación, con la finalidad de determinar el tipo de oferta docente adecuada para dicha población, así como su viabilidad en términos operativos y financieros.

Objetivos específicos:

- 1) Conocer quiénes son, cuántos son y qué tipo de perfil laboral general y de perfil educativo tiene una muestra amplia de profesionales del periodismo en Jalisco.
- 2) Identificar a los potenciales interesados en inscribirse en la oferta docente que pudiera plantear la Universidad de Guadalajara.
- 3) Identificar y analizar las necesidades más específicas de formación que consideran como fundamentales los directivos, editores y jefes de información de los medios de comunicación.

Planteada la justificación y las metas de este estudio, se hace referencia enseguida al procedimiento general que se siguió en el desarrollo del mismo, así como los resultados del trabajo investigativo realizado de septiembre de 1995 hasta abril de 1996.



DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Como todo proceso investigativo, el presente trabajo se desarrolló conforme a una lógica general de indagación académica que paulatinamente fue ajustada a los requerimientos específicos del proyecto y a las condiciones de trabajo de los académicos involucrados en la realización del estudio. Una de las tareas iniciales consistió en la integración del estado de la cuestión, esto es, se revisaron los diagnósticos y programas de docencia que en esta línea se desarrollaron en la Universidad de Guadalajara en el último decenio.

Desde el principio, se consideró que de ofrecerse un programa para profesionales del periodismo en activo, probablemente la modalidad más adecuada sería la de educación continua, abierta y a distancia. Por tal motivo se mantuvo una vinculación considerable con la Coordinación de Educación Continua, Abierta y a Distancia de la Universidad de Guadalajara y se revisaron los materiales que dicha instancia ha elaborado para difundir la modalidad de formación en la que se basa su actividad.

Con el apoyo de la Oficina de Comunicación Social, se realizaron contactos iniciales con algunos medios de comunicación y, en un momento posterior, se requirió su intervención para lograr un mayor acercamiento con los directivos de los medios locales más importantes. También en una etapa inicial, se invitó al Centro de Estudios de Opinión (CEO) a participar en el proyecto, pues se contempló la posibilidad de diseñar y aplicar una encuesta entre profesionales del periodismo. Esta iniciativa finalmente no se concretó, pero dicho

Centro participó en las primeras sesiones, orientadas básicamente hacia la definición general del proyecto.⁷

En las primeras semanas de trabajo se acordó que era necesario realizar primero un *Censo sobre Profesionales del Periodismo en Jalisco*, que permitiera posteriormente definir muestras a las que se les aplicarían los instrumentos diseñados para obtener la información requerida. No obstante los esfuerzos realizados en este sentido, no fue posible integrar dicho censo debido a la escasa respuesta de los medios localizados en las regiones del estado. Se logró, en cambio, obtener información de una amplia muestra de profesionales de la zona metropolitana de Guadalajara, como se aprecia en los resultados de este trabajo.

La investigación se integró, finalmente, a partir del trabajo desarrollado en dos etapas identificadas de la siguiente manera:

Primera Etapa

Exploración sobre la demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco

Segunda Etapa

Sondeo sobre necesidades específicas de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco.

La Exploración sobre la demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco se realizó durante las dos

7 Inicialmente, se planteó la posibilidad de que el CEO aplicara un cuestionario a una muestra de profesionales del periodismo en el estado de Jalisco, sin embargo, esto no fue posible debido a restricciones presupuestales. Correspondió entonces al DECS desarrollar las dos etapas de la investigación que implicaron, por un lado, la recolección de información a través de una Ficha Informativa y, por el otro, la realización de entrevistas a directivos, editores y jefes de información de los medios de comunicación en Jalisco.

últimas semanas de septiembre y las dos primeras de octubre de 1995, y se presentaron resultados iniciales a través de un reporte elaborado en octubre de ese año. Debido a que durante el periodo de realización de lo que inicialmente se consideraba sería un censo, tuvo lugar un fuerte sismo que afectó a varias zonas del estado, algunos medios de la zona metropolitana de Guadalajara y de las regiones del estado no respondieron a nuestra solicitud de proporcionar información. Esta situación nos obligó a extender tres semanas más el periodo previsto para el desarrollo de la primera etapa del estudio, de tal forma que para fines de noviembre y principios de diciembre de 1995 se contaba ya con una vasta cantidad de información empírica relativa a la demanda y al tipo de profesionales del periodismo que tal vez se interesarían en la oferta docente que pudiera plantear la Universidad de Guadalajara.

La segunda etapa de la investigación se desarrolló a lo largo de los meses de enero y febrero de 1996 y, paralelamente, se realizó el trabajo de sistematización y análisis de datos procedentes de la *Exploración*. A mediados de febrero se integró una comisión constituida por cuatro profesores del DECS, responsables de analizar y vincular la información procedente de las dos etapas en las que se dividió la investigación, así como de integrar el reporte final de la misma. En las siguientes páginas se describen de manera sintética algunos aspectos metodológicos y de procedimiento relativos al desarrollo de la investigación diagnóstica. Para ello, se divide la exposición en dos partes, respetando los momentos en los que se dividió el trabajo.

Primera etapa

Exploración sobre la demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco

La Exploración tuvo como objetivo general integrar un perfil de los profesionales dedicados a la labor periodística en Jalisco, elaborado

a partir de información relativa a los siguientes aspectos: número de profesionales dedicados al periodismo en Jalisco, tipo de medio de comunicación en el que trabajan, edad, género, puesto, horario, antigüedad en la empresa y en la profesión, horario de trabajo, nivel de estudios alcanzado, área en la que se realizaron estudios profesionales y estudios actuales.

Para el desarrollo de esta primera etapa, se determinaron dos ámbitos de trabajo. Por un lado, se consideró fundamental contar con información relativa a los profesionales que laboran en los medios de comunicación, específicamente en prensa, radio y televisión y, por el otro, a quienes trabajan en las oficinas o departamentos de Comunicación Social y Prensa localizados en instituciones públicas y privadas del estado. Posteriormente, este segundo campo de trabajo comunicacional se descartó pues en la mayor parte de los casos las propias instancias de comunicación social o de prensa respondieron que contaban con muy poco personal dedicado a tareas vinculadas con el periodismo o no se tenían datos suficientes sobre los trabajadores del área. Esta situación, aunada al hecho de que el contacto con los medios de comunicación requería mayor tiempo del previsto y a que el DECS no contaba con un equipo humano suficientemente amplio, nos obligaron a concentrar esfuerzos en la recolección de información procedente de los medios, de tal forma que las oficinas y departamentos de Comunicación Social finalmente no fueron consideradas en este estudio.

En el trabajo con los medios, se acordó que sólo se tomaría en cuenta a aquellos profesionales vinculados directamente con la “manufactura” de periódicos, noticiarios radiofónicos y televisivos y programas deportivos o de comentarios. La *Exploración* —inicialmente planteada como Censo— pretendía acercarse a los profesionales del tipo mencionado, que laboran en medios localizados en la zona metropolitana de Guadalajara, y en las principales ciudades del interior del estado. Esto presentó una dificultad importante: se requería de un equipo humano que contactara no sólo a los medios locales, sino a los que se encuentran fuera de la zona metropolitana.

Como estrategia para obtener la información requerida, se solicitó por un lado el apoyo de investigadores y asistentes del DECS que accedieron a entrevistar a directivos y profesionales que laboran en medios locales. La parte más difícil, sin embargo, era la relativa al desplazamiento de académicos a las distintas ciudades del interior del estado. Esto se resolvió en buena medida gracias al avance logrado hasta el momento en la consolidación de la Red Universitaria⁸. Fue

- 8** Los esfuerzos realizados de 1989 a 1995 por modernizar la estructura y el funcionamiento de la Universidad de Guadalajara condujeron a la instauración de un nuevo modelo denominado "Red Universitaria". La Red tiene como meta básica atender las necesidades educativas en el nivel de educación media superior y superior en todo el territorio del estado de Jalisco, por lo que se descentralizó la oferta académica concentrada anteriormente en buena medida en la zona metropolitana de Guadalajara. Se crearon para ello once Centros Universitarios y un Sistema de Educación Media Superior. En la zona metropolitana se ubican los seis Centros Temáticos: Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Centro Universitario de Ciencias de la Salud, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas y Centro Universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías. Por otro lado, en el interior del estado, se localizan los Centros Regionales: Centro Universitario de los Altos, Centro Universitario de la Ciénega, Centro Universitario de la Costa, Centro Universitario de la Costa Sur y Centro Universitario del Sur. Mayores datos sobre la Red y su funcionamiento pueden consultarse en los siguientes documentos:

Universidad de Guadalajara. *Del gigantismo a la Red Universitaria. La descentralización posible*. Guadalajara. 1990.

Universidad de Guadalajara. *Programa de Centralización 1990-1995*. Guadalajara. 1990.

Universidad de Guadalajara. *Red Universitaria en Jalisco*. Guadalajara. 1991.

Universidad de Guadalajara. *La Red Universitaria en Jalisco. Modelo Básico de Organización*. Guadalajara 1993.

Universidad de Guadalajara. *El Proceso de la Reforma Académica en la Universidad de Guadalajara, 1989-1995*. Guadalajara. 1995.

así que a través de la Coordinación de Educación Continua, Abierta y a Distancia y de la Oficina de Comunicación Social, se remitieron inicialmente a los Centros Universitarios Regionales los formatos que habría que hacer llegar a directivos, editores o jefes de información de los medios de comunicación localizados en las siguientes ciudades: Ameca, Atotonilco el Alto, Autlán, Ciudad Guzmán, El Grullo, La Barca, Lagos de Moreno, Ocotlán, Puerto Vallarta, San Juan de los Lagos, Tamazula, Tepatitlán de Morelos, Zacoalco de Torres, principalmente. En una segunda etapa, el contacto se realizó vía telefónica y para ello se realizó un plan de trabajo específico coordinado por Oralia Arreola Ochoa, del DECS.

En algún momento se pensó que la tarea de acercarse a los medios de las regiones del estado podría resultar muy compleja y extender significativamente, como de hecho sucedió, el periodo de tiempo previsto para la realización de este estudio y que, por otra parte, la tendencia de enorme centralización de los medios, justificaría una eventual decisión de buscar exclusivamente el acercamiento a los medios de la zona metropolitana de Guadalajara. No obstante, formó parte del consenso inicial incluir a las regiones del estado por dos razones. Primero, porque se presupuso que las necesidades de formación debían ser distintas entre profesionales del periodismo localizados en la zona metropolitana y entre los que laboran en las regiones del estado y, segundo, porque de integrar un programa docente para trabajadores de los medios, éste pudiera involucrar varios Centros Universitarios e inclusive a otras instituciones de educación superior en el país. De hecho, el Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara mostró desde el principio un claro interés en el proyecto. Del mismo modo, la Universidad Autónoma de Chihuahua a través de su Coordinación de Educación Abierta y a Distancia y de su Oficina de Comunicación Social, contactó al grupo responsable del proyecto, para expresar su disposición de establecer algún tipo de vínculo que permitiera el ofrecimiento del programa docente de manera interinstitucional.

La definición del instrumento metodológico destinado a recabar información para la primera etapa del proyecto se realizó en octubre

de 1995, a través de sesiones conjuntas entre miembros del DECS y de la CECAD. Se diseñó una Ficha Informativa⁹ y el instructivo necesario para el llenado de la misma. La Ficha incluía los siguientes rubros:

- Nombre del profesional del periodismo.
- Género
- Fecha de nacimiento
- Puesto
- Antigüedad en la empresa
- Antigüedad en la profesión
- Horario de trabajo
- Estudios concluidos
- Estudios actuales

Con esta Ficha se pretendió obtener información general sobre los profesionales del periodismo, así como datos sobre posición laboral, actividades que desarrollan, tiempo de que dispondrían para estudiar, nivel de escolaridad y estudios que realizan actualmente; para de ahí deducir posibles necesidades de formación y detectar las características de un “mercado” potencial para el programa docente.

En la Ficha se especificó que debían incluirse sólo los datos de aquellas personas vinculadas directamente con la actividad periodística, esto es, reporteros, columnistas, fotógrafos, editores, camarógrafos, jefes de información, directores de noticiarios, editoriales, redactores, asistentes de producción, caricaturistas, presentadores de noticias, entre otros. De este modo, quedaba al margen del trabajo planteado para la *Exploración*, el personal administrativo

9 Una copia de la Ficha Informativa aparece como Anexo en este reporte. La Ficha fue producto de revisiones y comentarios que realizaron algunos académicos del DECS a una versión preliminar de la misma formulada sobre la base de las aportaciones del grupo más amplio involucrado en el proyecto.

que apoya al grupo de empleados en que recae de manera más directa la responsabilidad de la generación cotidiana de notas informativas y de programas basados en otros géneros periodísticos.

El apoyo de Radiodifusoras y Televisoras de Occidente y de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, así como de las oficinas de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara y del Gobierno del Estado, permitió integrar un directorio actualizado de medios de comunicación en Jalisco, que se comparó y complementó con datos procedentes de la última edición de la revista *Medios Publicitarios Mexicanos*. Fue así posible elaborar de manera más precisa el listado de medios¹⁰ a los que habría que contactar y enviar los paquetes¹¹ “que permitieron recolectar información proporcionada, en esta primera etapa, por jefes de información y de personal, sobre todo.

Segunda etapa

Sondeo sobre necesidades específicas de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco.

Expuestos algunos puntos relativos al desarrollo de la primera etapa de la investigación, se hace referencia ahora a los rasgos centrales

10 En la sección “Anexos” de este documento aparece el listado de los medios que participaron en la realización de este estudio a través del llenado de la Ficha de Información y de las entrevistas realizadas en la segunda etapa de la investigación, a directores, editores y jefes de información, principalmente.

11 Cada paquete incluía el oficio extendido por la Jefatura del DECS en el que se exponían los objetivos del Diagnóstico y se solicitaba el apoyo de los directivos de medios y direcciones de Comunicación Social, la cantidad de fotocopias de la Ficha Informativa que se calculó requeriría cada empresa o institución para proporcionar la información sobre su personal y el Instructivo para el llenado de la Ficha.

del trabajo que permitió complementar la visión sobre la demanda y obtener información directa de las empresas, en torno a las necesidades concretas de formación. Inicialmente, el desarrollo del *Sondeo* se concibió como un trabajo de indagación en dos líneas. Por una parte, se diseñaría un cuestionario que el CEO aplicaría a una muestra de profesionales del periodismo localizados en la zona metropolitana de Guadalajara y en las regiones del estado de Jalisco. De esta forma se obtendría información de los que pudieran ser los beneficiarios directos del programa de formación universitaria.

Por otro lado, al DECS le correspondería entrevistar a directivos, editores y jefes de información de los medios de comunicación para aproximarse a la visión que desde el nivel institucional se tiene de las necesidades de formación y del posible apoyo que por parte de sus empleadores recibirían los profesionales interesados en inscribirse en el programa mencionado.

Como se explicó anteriormente, la participación del CEO no fue posible, de tal forma se trabajó directamente en el avance de la segunda línea de trabajo planteada para el *Sondeo*, que tuvo como objetivos los siguientes: a) complementar el panorama sobre la demanda real de un programa de formación para profesionales del periodismo en Jalisco, b) identificar y analizar las necesidades específicas de formación de los profesionales del periodismo, de acuerdo con la visión de los directivos, editores y jefes de información de los medios de comunicación.

La definición del instrumento que permitiría recoger las opiniones de directivos, editores y jefes de información, se produjo a partir de varias sesiones de trabajo en las que el equipo de académicos que participaron en el proyecto, revisó varias alternativas metodológicas. En buena medida el instrumento finalmente utilizado se integró a partir de las sugerencias y experiencia de la Mtra. María Elena Hernández, en el ámbito del análisis de la práctica periodística.

Se trabajó en la homologación de criterios entre los investigadores que realizarían las entrevistas. Cada uno partiría de una guía de preguntas básicas, pero podrían agregarse otras, dependiendo

del contexto y de la disposición del entrevistado. Se diseñó un instrumento mixto¹² en dos sentidos. Primero, porque contiene una sección inicial de preguntas que constituyen la guía o guión para la realización de entrevistas y, segundo, porque a partir de la pregunta 10 la guía se transforma en cuestionario, debido a que se presentan varias opciones que implican que el entrevistado las conteste directamente.

Otro aspecto importante del mencionado instrumento, es que para el caso del trabajo realizado en la zona metropolitana de Guadalajara, hizo las veces de guión de entrevista y de cuestionario y, para los medios localizados en el interior del estado, se utilizó sólo como cuestionario. Esto último debido a que no fue posible desplazarse a las diferentes regiones del estado para realizar las entrevistas y, como se explica más adelante, se les remitió el guión por fax para que fuera contestado por escrito. De esta forma, el guión de entrevista se convirtió, en su totalidad, en cuestionario.

La Guía de Entrevista-Cuestionario contiene preguntas orientadas a obtener información relativa a los siguientes aspectos:

- puestos relacionados con la producción de noticias con los que cuenta el medio tipo de formación y habilidades requeridas por puesto
- necesidades de formación y de capacitación que los directivos perciben en la actualidad
- importancia atribuida a la formación de periodistas
- campos de conocimiento o carreras en los que es preferible la formación
- planes actuales de formación o capacitación para el personal en noticias

12 En los "Anexos" de este documento se incluye una copia de la Guía de Entrevista-Cuestionario que se diseñó para la realización del Sondeo.

- tipo de apoyo que la empresa podría proporcionar a sus empleados interesados en avanzar en su formación universitaria
- tipo de cursos, talleres o seminarios de formación-actualización que serían útiles al personal involucrado en producción noticiosa
- señalamiento, entre varias opciones, del tipo de conocimientos que serían de mayor utilidad para los profesionales del periodismo

Investigadores y asistentes del DECS realizaron las entrevistas a los directivos, editores y jefes de información de los medios localizados en la zona metropolitana de Guadalajara. En el caso de los medios ubicados en regiones del estado, se procedió a contactar a los directivos vía telefónica y a enviar por fax el instrumento diseñado para realizar el *Sondeo*. La respuesta fue precaria en este sentido, debido sobre todo a las dificultades para localizar a los directivos y a que buena parte de los medios no cuentan con personal dedicado a la realización de programas de corte informativo o de opinión. De los primeros 17 medios contactados, sólo 5 reportaron que existen en su planta de personal reporteros o comentaristas. El resto de los medios cuenta con convenios que les permiten enlazarse a estaciones de Guadalajara o del Distrito Federal, para transmitir noticiarios.



RESULTADOS: DEMANDA POTENCIAL Y NECESIDADES ESPECÍFICAS DE FORMACIÓN

Este apartado presenta los resultados del análisis de los datos más relevantes obtenidos a partir de las Fichas Informativas y de las entrevistas-cuestionarios aplicados durante las dos etapas que constituyeron el *Acercamiento a la demanda de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco*.

Primera etapa

Exploración sobre la demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco.

Como se explicó anteriormente, la *Exploración* tuvo como objetivo integrar un perfil general de los profesionales del periodismo y definir una posible demanda en relación con las necesidades de formación que se infieren de datos relativos al nivel de escolaridad alcanzado, de los estudios que realizan actualmente, de los perfiles de edad, así como del tiempo de que dispondrían los profesionales para inscribirse en un programa de formación universitaria. La *Exploración* permitiría identificar también posibles grupos o subsectores al interior de los medios, con mayores posibilidades de convertirse en beneficiarios de algún programa académico que creara la Universidad de Guadalajara. En las siguientes páginas se da cuenta de esos aspectos y de otros que se derivaron de la realización de la *Exploración sobre*

la demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco.

Del total de respuestas recogidas a través de la Ficha de Información, se desprende que las empresas de periodismo impreso continúan siendo las principales empleadoras de personal dedicado a la labor informativa. Esto sucede en la medida en que la radio y la televisión tienen una relativa mayor diversificación en sus emisiones, en las que predominan los géneros no informativos, principalmente de entretenimiento. Por ejemplo, la radio continúa teniendo una programación eminentemente musical (aunque con una cierta diversificación, con más "radio hablada" en la banda de A.M. y más música en la de F.M.), mientras que la televisión emite una veintena de tipos de programas o géneros (películas, telenovelas, series, cómicos y comedias, variedades y concursos, etcétera). En ambos casos, los medios electrónicos basan sus emisiones de entretenimiento principalmente en material grabado, adquirido en su mayoría fuera de las propias empresas, lo que restringe la contratación del personal en comparación con los periódicos, por lo menos en lo que respecta a todas las secciones informativas de índole local.

De lo anterior se deriva que dos terceras partes de los profesionales ligados a la labor periodística en Jalisco trabajen en empresas de prensa (Tabla 1): las empresas radiofónicas tienen un segundo lugar, con un poco menos de la cuarta parte, y las de televisión (que de cualquier manera, son menos), ocupan el 12%.

Tabla 1
Profesionales ligados a la labor periodística en Jalisco, por tipo de medio

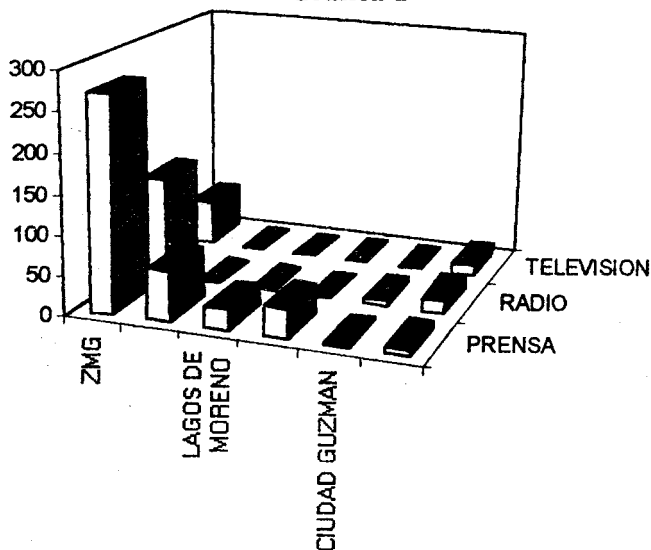
<i>Tipo de medio</i>	<i>Profesionales</i>	<i>Porcentaje</i>
PRENSA	406	64.55%
RADIO	150	23.85%
TELEVISION	73	11.61%
TOTAL	629	100.00%

Por otra parte, como era de esperarse, dada la enorme centralización que caracteriza a nuestro estado, una gran mayoría (72.7%) del personal que realiza funciones informativas en los medios se localiza en la zona metropolitana de Guadalajara (Tabla 2). Se puede observar también que hay en la ZMG una relativa menor concentración de periodistas que laboran en los medios escritos, en comparación con los medios electrónicos, aunque en números absolutos es muy alto el predominio metropolitano también de quienes laboran en la prensa, como se corrobora en la barra correspondiente del gráfico que acompaña la Tabla 2. Estos datos muestran lo poco desarrollado que está el periodismo, en cualquiera de sus modalidades, en el interior de nuestra entidad. En tanto fuente de trabajo, pero también en tanto demanda de formación, resulta pues que los municipios del interior de Jalisco muestran muy poco peso, a resultados de la alta centralización en el estado. Aquí cabe la reflexión de si la Universidad de Guadalajara debería, por ejemplo, preparar periodistas para lugares donde todavía no está desarrollado el periodismo como actividad productiva (y donde, en virtud del escaso desarrollo en otras áreas de la economía, la política y la cultura, es difícil pensar que la actividad informativa se instaure en el corto plazo).

Tabla 2
*Localización de los profesionales ligados
a la actividad periodística en Jalisco*

LUGAR	PRENSA	%	RADIO	%	T.V.	%	TOTAL	%
ZMG	270	66.50%	129	86.00%	58	79.45%	457	72.66%
OCOTLAN	63	15.52%	0	0.00%	0	0.00%	63	10.02%
LAGOS DE MORENO	26	6.40%	0	0.00%	0	0.00%	26	4.13%
LA BARCA	36	8.87%	0	0.00%	0	0.00%	36	5.72%
CIUDAD GUZMAN	3	0.74%	6	4.00%	0	0.00%	9	1.43%
AUTLAN	8	1.97%	15	10.00%	15	20.55%	38	6.04%
TOTAL	406	100.00%	150	100.00%	73	100.00%	629	100.0%

Gráfica 1

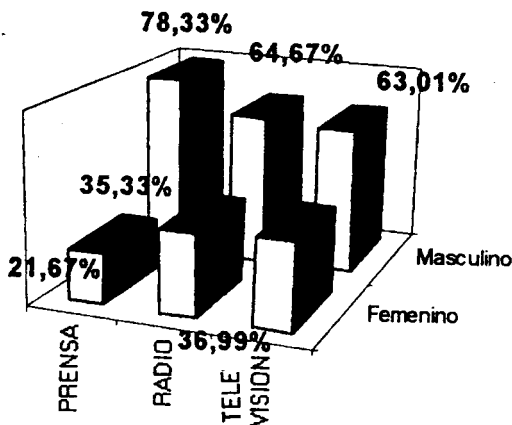


En la Tabla 3 y la Gráfica 2 se verifica que la labor informativa es todavía una tarea predominantemente masculina. Si bien radio y televisión muestran un índice de participación femenina un poco mayor que el de la prensa, se limita a solamente poco más de una tercera parte en ambos casos. Es probable que, por su desarrollo relativamente más reciente, especialmente en lo que toca a la función informativa, los medios electrónicos hayan estado haciendo mas contrataciones de mujeres periodistas durante los últimos años, lo que en parte corresponde con la distribución por edades, como veremos enseguida.

Tabla 3
Profesionales ligados a la actividad periodística
en Jalisco, por género

Femenino	168	26.71%
Masculino	461	73.29%
TOTAL	629	100.00%

Gráfica 2
*Profesionales ligados a la actividad periodística en Jalisco,
por género y por medio*



Otro hallazgo importante tiene que ver con que a pesar de ser el periodismo una tarea que tiene una larga tradición en Jalisco, se puede afirmar, a partir de nuestros datos, que es un trabajo de jóvenes, pues más del 60% del personal tiene 35 años o menos (tomando en cuenta solamente las respuestas efectivas, resumidas en la Tabla 4). Quizás por la misma razón que aducíamos antes con respecto a la mayor presencia de mujeres en los medios electrónicos, es decir, su desarrollo más reciente que el de la prensa escrita, también se nota en la Tabla 4, con una relativa mayor juventud en los primeros. Mientras que en la televisión más de tres cuartas partes de los profesionales de la información tienen menos de 35 años, en la radio son dos terceras partes y en los periódicos un poco menos del 60%. El que en promedio los informadores sean jóvenes puede significar un gran potencial en términos de necesidades de educación universitaria. Sin embargo, este dato se relativizará cuando revisemos los estudios terminados y los actuales que cursan o han cursado estos profesionales.

Tabla 4
Distribución por edades y por medio
de los profesionales de la información

EDAD	PRENSA	RADIO	TELEVISION	TOTAL
MENOS DE 20 AÑOS	0.71%	1.65%	6.56%	1.72%
20-25	21.99%	18.18%	22.95%	21.12%
26-30	17.38%	31.40%	24.59%	21.98%
31-35	17.38%	15.70%	22.95%	17.67%
36-40	14.54%	10.74%	8.20%	12.72%
41-45	8.51%	11.57%	11.48%	9.70%
46-50	8.51%	4.96%	0.00%	6.47%
51-55	4.61%	3.31%	3.28%	4.09%
56-60	2.13%	1.65%	0.00%	1.72%
61-65	1.06%	0.83%	0.00%	0.86%
66-70	2.84%	0.00%	0.00%	1.72%
MAS DE 70 AÑOS	0.35%	0.00%	0.00%	0.22%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
TOTALES Absolutos	282	121	61	464
	PRENSA	RADIO	TELEVISION	TOTAL
	35 AÑOS O MENOS			
	57.45%	66.94%	77.05%	62.50%
	MAS DE 35 AÑOS			
	42.55%	33.06%	22.95%	37.50%

Nota: Se incluyen solamente las respuestas efectivas.

Si bien hay una relativa dispersión en los tipos de puestos que desempeñan los profesionales aludidos, es claro en la Tabla 5 que predominan aquellos propiamente ligados con el manejo de la información (reporteros, redactores, etcétera) y las tareas “técnicas” las efectúan menos personas. Esto es importante para el estudio que nos ocupa, pues permite una primer priorización hacia las tareas vinculadas con el manejo “propiamente” de la información en sus diversas etapas, por sobre las actividades de índole más técnica (cablistas, paginadores, etcétera), mismas que requieren el desarrollo de conocimientos y habilidades diferentes.

Tabla 5
Profesionales ligados a la actividad periodística, por puesto

PUESTO	PROFESIONALES	PORCENTAJE
REPORTERO	171	27.19%
COLABORADOR/ARTICULISTA	53	8.43%
REPORTERO GRAFICO/CAMAROGRAFO	51	8.11%
JEFE DE INFORMACION/REDACCION DISEÑO/CIERRE	46	7.31%
LOCUTOR/PRESENTADOR/CONDUCTOR	39	6.20%
REDACTOR/ASISTENTE DE REDACCION	32	5.09%
EDITOR	29	4.61%
CORRECTOR	21	3.34%
REPORTERO Y REDACTOR	20	3.18%
DIRECTOR/GERENTE	18	2.86%
ASISTENTE DE PRODUCCION	15	2.38%
JEFE DE SECCION	15	2.38%
DATO NO PROPORCIONADO	13	2.07%
CAPTURISTA/PROGRAMADOR	12	1.91%
SUB-DIRECTOR/SUB-JEFE/SUB-EDITOR	11	1.75%
COORD. DE PROGRAMAS O SECCION	10	1.59%
CORRESPONSAL	10	1.59%
LABORATORISTA-ARCHIVO EN FOTOGRAFIA	10	1.59%
PAGINADOR	10	1.59%
OPERADOR VIDEO/AUDIO	9	1.43%
ROTULISTA/SCANNER/GRABADOR/INFOGRAFO	8	1.27%
COLUMNISTA	5	0.79%
CARICATURISTA	4	0.64%
PRODUCTOR	4	0.64%
RELACIONES PUBLICAS/PUBLICIDAD	4	0.64%
COMENTARISTA	3	0.48%
ASISTENTE DE PRODUCCION DE SECCION	2	0.32%
CABLISTA	2	0.32%
PROGRAMACION/CONTINUIDAD	2	0.32%
TOTAL	629	100.00%

En términos de la posibilidad de atender programas docentes, la enorme variabilidad de horarios que se refleja en la Tabla 6, habla de una dificultad en cuanto a la posibilidad de la asistencia a programas escolarizados y, en todo caso, de la posible adaptabilidad de los informadores a un programa semiescolarizado o abierto. Esto, como veremos posteriormente, se corroboró en las entrevistas a directivos de los medios.

Tabla 6
Horario de trabajo de los profesionales
ligados a la actividad periodística en Jalisco

HORARIO	PROFESIONALES	PORCENTAJE
VARIABLE	316	50,24%
DATO NO PROPORCIONADO	131	20,83%
NOCTURNO (19:00-6:00 HRS.)	51	8,11%
INTERMEDIO (11:00 A 20:00 HRS.)	47	7,47%
MIXTO (9:00-15:00 Y 17:00-21:00 HRS.)	46	7,31%
MATUTINO (7:00-15:00 HRS.)	34	5,41%
VESPERTINO (14:00-21:00 HRS)	4	0,64%
TOTAL	629	100,00%

n =629 profesionales

En la siguiente Tabla se puede ver que más de la mitad de los profesionales tienen nivel de licenciatura (56%); incluyendo a quienes no la han terminado (3.55%), la proporción aumentaría a casi un 60%. Solamente teniendo en cuenta a quienes se nos informó que sí tenían la licenciatura terminada, más aquellos que cursaron algún nivel posterior (diplomado, especialidad, maestría o doctorado), también se alcanza casi un 60% (ver parte inferior de la Tabla 7), por lo que se nos presentan los profesionales de la actividad periodística con un promedio alto de escolaridad (nivel licenciatura). Es en los medios que operan fuera del área metropolitana de Guadalajara donde el promedio de escolaridad es prácticamente el de preparatoria. Sin embargo, ya hemos visto antes que esto corresponde también a un desarrollo muy limitado en el interior del Estado, debido a la alta centralización de la actividad periodística, correspondiente a su vez

con una centralización enorme en prácticamente todas las áreas. Una muy pequeña proporción aparece con estudios de posgrado. Casi una quinta parte tienen nivel de preparatoria, proporción que se aumenta si incluimos a quienes llevaron alguna carrera técnica, comercial o similares.

Tabla 7
Nivel de estudios alcanzado por los profesionales
ligados a la actividad periodística en Jalisco

ESTUDIOS CONCLUIDOS	TIPO DE MEDIO			TOTAL
	PRENSA	RADIO	TELEVISION	
LICENCIATURA	48.91%	65.93%	62.86%	55.74%
PREPARATORIA	16.42%	18.52%	18.57%	17.33%
SECUNDARIA	9.49%	5.19%	11.43%	8.56%
CARRERA TECNICA	12.04%	3.70%	1.43%	8.14%
LICENCIATURA INCONCLUSA	5.11%	2.22%	0.00%	3.55%
PRIMARIA	2.55%	0.00%	2.86%	1.88%
CARRERA COMERCIAL	0.36%	2.98%	1.43%	1.25%
MAESTRIA	1.09%	0.74%	0.00%	0.84%
LICENC/DIPLOMADO	1.09%	0.00%	0.00%	0.63%
NORMAL	0.73%	0.00%	0.00%	0.42%
PREPARATORIA INCONCLUSA	0.73%	0.00%	0.00%	0.42%
BACHILLERATO TECNICO	0.36%	0.00%	0.00%	0.21%
DOCTORADO	0.00%	0.00%	1.43%	0.21%
ESPECIALIDAD	0.00%	0.74%	0.00%	0.21%
LICENC/DIPL. EN PERIODISMO	0.36%	0.00%	0.00%	0.21%
NORMAL INCONCLUSA	0.36%	0.00%	0.00%	0.21%
SECUNDARIA INCONCLUSA	0.36%	0.00%	0.00%	0.21%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
TOTAL Absolutos	274	135	70	479

Total con licenciatura o post-licenciatura			
PRENSA	RADIO	TELEVISION	TOTAL
51.46%	67.41%	64.29%	57.62%

Nota: Se incluyen solamente las respuestas efectivas

En la misma tabla anterior se observa la distribución de los estudios realizados por los informadores, de acuerdo al medio en que ejercen. La prensa escrita aparece con una escolaridad promedio relativamente

menor que radio y televisión, aunque vemos también que más de la mitad tienen el nivel de licenciatura o post-licenciatura. Al parecer la radio es el medio en que mayor escolaridad existe, seguida por la televisión.

Tabla 8
Estudios de los informadores, por grupos de edad

ESTUDIOS CONCLUIDOS	MEÑOS DE 20 AÑOS	20-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	MÁS DE 70 AÑOS	TOTAL
LICENCIATURA	0	40	84	56	29	24	10	6	1	0	3	0	233
PREPARATORIA	9	17	14	6	11	5	4	3	3	1	1	0	88
CARRERA TÉCNICA	1	42	7	10	3	1	3	1	1	0	0	0	68
SECUNDARIA	7	8	3	2	1	5	7	4	0	4	4	1	32
LICENCIATURA INCONCLUSA	0	7	2	0	6	3	0	0	0	0	0	0	17
PRIMARIA	0	1	2	0	1	2	0	1	0	0	1	0	8
CARRERA COMERCIAL	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	6
LICENCIATURA /DIPL.	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
MAESTRIA	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
NORMAL	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
BACHILLERATO TÉCNICO	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ESPECIALIDAD	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
LICENC./DIPL. EN PERIOD.	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
NORMAL INCONCLUSA	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
PREPARATORIA INCONCLUSA	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
SECUNDARIA INCONCLUSA	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL	8	98	87	75	53	42	25	15	5	3	5	1	417
ESTUDIOS CONCLUIDOS	MEÑOS DE 20 AÑOS	20-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	MÁS DE 70 AÑOS	TOTAL
LICENCIATURA	0.00%	45.45%	85.88%	74.87%	54.72%	57.14%	40.00%	40.00%	20.00%	0.00%	60.00%	0.00%	55.88%
PREPARATORIA	57.50%	19.32%	14.43%	8.00%	20.75%	11.90%	16.00%	20.00%	60.00%	33.33%	20.00%	0.00%	16.31%
CARRERA TÉCNICA	12.50%	13.84%	7.22%	13.33%	5.66%	2.38%	12.00%	6.67%	20.00%	0.00%	0.00%	0.00%	9.35%
SECUNDARIA	57.50%	5.68%	3.08%	2.67%	1.89%	11.90%	28.00%	26.67%	0.00%	33.33%	0.00%	100.00%	7.67%
LICENCIATURA INCONCLUSA	0.00%	7.96%	2.06%	0.00%	9.43%	7.14%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.08%
PRIMARIA	0.00%	1.14%	2.06%	0.00%	1.89%	4.76%	0.00%	6.67%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	1.92%
CARRERA COMERCIAL	12.50%	1.14%	1.03%	1.33%	1.89%	2.38%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.44%
LICENCIATURA /DIPL.	0.00%	2.27%	0.00%	0.00%	1.89%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.72%
MAESTRIA	0.00%	0.00%	2.06%	0.00%	1.89%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.72%
NORMAL	0.00%	0.00%	1.03%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	0.48%
BACHILLERATO TÉCNICO	0.00%	1.14%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.34%
ESPECIALIDAD	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.38%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.34%
LICENC./DIPL. EN PERIOD.	0.00%	1.14%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.34%
NORMAL INCONCLUSA	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.24%
PREPARATORIA INCONCLUSA	0.00%	1.14%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.24%
SECUNDARIA INCONCLUSA	0.00%	0.00%	1.03%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.24%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nota: Se incluyen solamente las respuestas efectivas

Anteriormente indicamos que, en promedio, los trabajadores de la información son bastante jóvenes, lo que en principio parecía indicar una potencial demanda educativa universitaria. Sin embargo, la Tabla 8 nos informa que hay una asociación negativa entre edad y escolaridad: es decir, que quienes presentan mayores estudios se encuentran entre los rangos de edad menores, salvo el de quienes tienen menos de 20 años. En este sentido se relativiza más el argumento de una demanda efectiva del nivel licenciatura entre quienes ya laboran en los medios, en particular los más jóvenes, pues una proporción alta de éstos o ya la tienen o actualmente la cursan. Por ejemplo, de los 230 que aparecen teniendo ya el nivel de licenciatura, un 69% está entre los 20 y 35 años y, si incluimos a los que tienen 40 años, la proporción se eleva al 81.12%.

Tabla 9
Estudios de los profesionales, por género

GENERO			
ESTUDIOS CONCLUIDOS	Femenino	Masculino	TOTAL
LICENCIATURA	70.20%	49.09%	55.74%
PREPARATORIA	7.95%	21.65%	17.33%
SECUNDARIA	2.65%	11.28%	8.56%
CARRERA TECNICA	7.95%	8.23%	8.14%
LICENC. INCONCLUSA	3.97%	3.35%	3.55%
PRIMARIA	0.00%	2.74%	1.88%
CARRERA COMERCIAL	2.65%	0.61%	1.25%
MAESTRIA	0.00%	1.22%	0.84%
LICENC./DIPL.	1.32%	0.30%	0.63%
NORMAL	0.66%	0.30%	0.42%
PREPARATORIA INCONCLUSA	0.66%	0.30%	0.42%
BACHILLERATO TECNICO	0.66%	0.00%	0.21%
DOCTORADO	0.66%	0.00%	0.21%
ESPECIALIDAD	0.00%	0.30%	0.21%
LICENC./DIPL. EN PERIOD.	0.00%	0.30%	0.21%
NORMAL INCONCLUSA	0.66%	0.00%	0.21%
SECUNDARIA INCONCLUSA	0.00%	0.30%	0.21%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%
TOTAL Absolutos	151	328	479

Nota: Se incluyen solamente las respuestas efectivas

Si vemos los estudios concluidos en función del género de los informadores, nos encontramos con un hallazgo interesante, pues, si bien las mujeres son menos, se puede observar en la Tabla 9 que éstas tienen un mayor nivel de escolaridad que los hombres: mientras que 70% de las periodistas ostentan ya una licenciatura, entre los hombres es apenas la mitad. Posiblemente hay un pequeño sesgo en la tabla, en virtud de que la mayor parte de las actividades “técnicas” son realizadas por hombres y éstas no requieren una licenciatura; pero este sesgo no es tan grande como para no darse cuenta de que las mujeres, quienes se han incorporado más recientemente a la carrera periodística, lo hacen predominantemente ya teniendo estudios de nivel licenciatura, mientras que muchos de los hombres, especialmente aquellos que tienen mayor antigüedad, lo habrían hecho aprendiendo en la práctica los gajes del oficio, sin una licenciatura (en cualquier área) terminada. De una enorme proporción (56.4%) no se pudo averiguar el área en la que realizaron sus estudios, pero de los que sí se tiene el dato, dos terceras partes lo hicieron en ciencias de la comunicación, periodismo, o alguna de sus variantes. Casi un quinta parte de ellos lo hicieron (o lo están haciendo) en alguna disciplina de las ciencias sociales y las humanidades, o en económico-administrativas (Tabla 10).

Tabla 10
*Area de estudios realizados por los profesionales
ligados a la actividad periodística en Jalisco*

AREA DE ESTUDIOS	PROFESIONALES	PORCENTAJE
Dato no disponible	355	56.44%
CIENCIAS DE LA COMUNICACION/ PERIODISMO	178	27.98%
ECONOMICO ADMINISTRATIVAS	27	4.29%
C. SOCIALES/HUMANIDADES	18	2.86%
DISEÑO GRAFICO/DIBUJO/PUBL. GRAFICA	14	2.23%
DERECHO	9	1.43%
MEDICINA/ODONTOLOGIA/ PSQUIATRIA	8	1.27%
ELECTRONICA/ELECTROMECC./ MECANICO ELECT.	5	0.79%
ING. EN SISTEMAS, COMUNICACION, INDUSTRIAL	4	0.64%
AGRONOMIA/VETERINARIA	3	0.48%
FOTOGRAFIA	3	0.48%
EDUCACION FISICA Y DEPORTES	2	0.32%
LOCUCION	2	0.32%
LABORATORISTA DE ANALISIS CLINICOS	1	0.16%
TURISMO	1	0.16%
VIDEO Y TELEVISION	1	0.16%
TOTAL	629	100.00%

Corroboramos aquí un argumento que sostienen muchos de los propios periodistas y directivos de medios, en el sentido de que no es necesaria una licenciatura en ciencias de la comunicación o en periodismo, para ejercer satisfactoriamente esta profesión, especialmente en algunas de las áreas más especializadas del quehacer informativo.

De los pocos que se tiene el dato sobre estudios actuales, casi dos quintas partes lo hacen sobre **algún** idioma: cerca del 8% lo hacen en alguna licenciatura en ciencias de la comunicación y 11% en alguna otra licenciatura. A pesar de una aparente dispersión en las áreas de estudios actuales, se puede observar en la Tabla 11 que en realidad los campos son en alguna medida pertinentes para el periodismo. Quienes estudian actualmente se concentran en los rangos de edad más jóvenes, lo que no impide que quienes, por ejemplo, pasan de los cuarenta años, puedan eventualmente verse motivados a cursar algún tipo de programa docente.

Tabla 11
Estudios que realizan actualmente los profesionales
ligados a la actividad periodística en Jalisco

ESTUDIOS ACTUALES	Grupos de Edad							TOTAL
	20-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	
IDIOMA	12	10	5	1	0	1	0	29
ACTUAL. PROF.	1	1	2	2	2	0	0	8
LIC. Cs. DE LA COM.	4	1	0	0	0	1	0	6
LIC. (OTRAS AREAS)	4	1	0	0	1	0	0	6
DISEÑO GRAFICO	2	0	1	0	0	0	0	3
CARRERA TECNICA	0	1	1	0	0	0	0	2
PREPARATORIA	0	2	0	0	0	0	0	2
PROD. CINE, TV	1	0	0	0	1	0	0	2
COMPUTACION (INTERNET)	0	0	0	0	0	0	1	1
DIPL. CIENCIAS POLITICAS	0	1	0	0	0	0	0	1
DIPL. PERIODISMO	0	1	0	0	0	0	0	1
DIPL. (NO ESPECIFICA)	0	1	0	0	0	0	0	1
DIPL. DESARR. HUMANO	0	0	0	1	0	0	0	1
DIPL. ECOL. E IMPACTO AMB.	0	0	1	0	0	0	0	1
FOTOGRAFIA	0	0	0	1	0	0	0	1
HISTORIA REGIONAL	0	0	0	1	0	0	0	1
MAESTR. DERECHO PENAL	0	0	0	0	1	0	0	1
MAESTR. EDUCACION	0	0	0	0	1	0	0	1
MAESTR., COM./SEMIOTICA	0	0	0	1	0	0	0	1
TOTAL	24	19	10	7	6	2	1	69

Nota: Se incluyen solamente quienes reportaron estudios actuales

A partir de la información concentrada en las tablas básicas a que se ha hecho referencia y que recogen los datos procedentes de los rubros de la Ficha Informativa del Censo, se realizaron una gran cantidad de cruces entre variables. Por ejemplo, se identificaron vinculaciones entre medio, puesto, nivel de estudios, área de estudios y estudios concluidos. Del mismo modo, se integró una tabla cruzada que identificaba nexos entre medio, puesto, edad, nivel de estudios y área de estudios. A dichas tablas complejas les precedieron múltiples cruces entre binomios de variables tales como edad-puesto, edad-estudios concluidos, edad-estudios actuales, edad-área de estudios, puesto-medio, puesto-tipo de medio, puesto-nivel de estudios alcanzado, puesto-estudios actuales, entre otros. Las tablas producto de las vinculaciones mencionadas no se incluyen en este documento debido a su extensión y complejidad, pero pueden ser consultadas en el archivo del proyecto, localizado en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

Las series de cruces permitieron identificar dos hallazgos del Censo, que aportan elementos para la definición de un programa docente:

- 1) La población que pudiera interesarse en un programa docente, dada su edad, los estudios con que cuenta y los que realiza actualmente, se encuentra principalmente entre los 20 y los 35 años y, tomando en consideración el puesto que ocupan (dedicados especialmente a tareas periodísticas y no técnicas), constituyen cerca de la mitad del total de profesionales registrados en la Exploración. Para identificar dicha población se tomó como variable fundamental la edad, pero se seleccionaron a aquellos profesionales que ocuparan puestos de reporteros, redactores, editores, jefes de información, entre otros, y se descartaron a quienes se centran en tareas tales como fotografía, infografía, recolección y edición de cables, edición de video, entre otras, pues remiten en mayor medida a actividades de tipo técnico.

- 2) El grupo de profesionales de entre 20 y 35 años de edad que pudiera interesarse en la posible oferta de formación que generara la Universidad de Guadalajara se ubica mayoritariamente en la zona metropolitana de Guadalajara, en empresas de prensa; más de la mitad poseen ya estudios de licenciatura y ocupan puestos vinculados con actividades periodísticas directamente relacionadas con el proceso informativo y no con tareas técnicas o de producción

Segunda etapa

Sondeo sobre necesidades específicas de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco

Los datos que se derivan de las entrevistas realizadas con directivos, editores y jefes de información, difícilmente podrán representar la opinión de los 629 periodistas que integraron la amplia muestra resultante de la *Exploración*. No obstante, considerando que los cargos de los entrevistados son de alta responsabilidad en los equipos informativos a los cuales pertenecen, la información obtenida debe valorarse como indicativa del sentir institucional de los medios con respecto a las preguntas que fueron planteadas a través de la Guía-Cuestionario utilizada para realizar el *Sondeo*. Por esta razón, la lectura que se presenta de los resultados de las entrevistas es más de carácter cualitativo que cuantitativo, y se ha buscado, ante todo, detectar algunas de las tendencias que expresan los entrevistados en torno al tema de la formación del segmento profesional de los trabajadores de la información.

En el análisis de las entrevistas, resultan evidentes las siguientes tendencias:

- 1) Los entrevistados coinciden en señalar que casi la totalidad de quienes realizan actividades periodísticas en sus medios cuenta con alguna carrera universitaria.

- 2) En general, se reconoce la existencia de necesidades de

formación y, principalmente, de capacitación y actualización permanente.

3) Predomina la inclinación por cursos de capacitación para resolver problemas inmediatos. Con relación a cursos de tipo formativo, se preferirían programas con cierta especialización y a cierto nivel (no necesariamente el de licenciatura); se sugieren, por ejemplo, las figuras de diplomado y posgrado.

4) Al mencionar áreas de conocimiento específicas, se tiende a coincidir en cinco campos: A) Un área básica, que incluiría cursos de redacción, técnicas de investigación periodística, ética del periodismo y otros aspectos relativos al oficio periodístico; B) Actualización y especialización en disciplinas como historia, sociología, economía, derecho y psicología; C) Especialización en áreas específicas del periodismo, tales como periodismo financiero, deportivo, ecológico, político, etcétera; D) Desarrollo de habilidades en el uso de metodología de análisis e investigación social y, E) desarrollo de habilidades instrumentales específicas, tales como computación e idiomas.

5) Existe coincidencia en señalar que estos programas, en caso de ofrecerse, deberían adecuarse a la dinámica de la actividad profesional; es decir, no contener una carga escolarizada excesiva, impartirse en horarios apropiados (se prefiere el sábado por las mañanas), y ser eminentemente prácticos.

6) Finalmente, todos los entrevistados coinciden en señalar que las empresas estarían en disposición de apoyar de alguna manera, para que su personal participara en este tipo de programas, aunque rara vez se mencionan apoyos en el aspecto económico.

Es importante hacer notar que las respuestas de los entrevistados no corroboran la hipótesis de la existencia de una "demanda efectiva" de formación universitaria por parte de los periodistas jaliscienses hacia la Universidad de Guadalajara (particularmente, no se demanda un programa de licenciatura para acreditar los conocimientos de periodistas en activo). En cambio, se habla con insistencia

de carencias de técnica periodística básica que, a decir de los entrevistados, tendrían su mejor solución en programas de capacitación y actualización profesional.

En la mayoría de los casos, los entrevistados reconocen la importancia de que la gente del medio periodístico cuente con una formación universitaria (no necesariamente en comunicación, aunque sí en humanidades); no obstante, algunos puntualizan que el dominio del oficio no se adquiere en las universidades, sino en los medios mismos.

Ante la posibilidad de que la Universidad de Guadalajara llegase a ofrecer un programa de formación para periodistas, se insiste en que se piense en una oferta práctica que cubra las necesidades inmediatas de los medios. En este rubro, sería oportuno indicar que los directivos no apuntan como determinante para contrataciones o ascensos en la empresa el hecho de contar o no con diplomas universitarios.



SÍNTESIS DE HALLAZGOS

En relación al perfil general de los profesionales del periodismo en Jalisco, esta investigación arrojó los siguientes datos:

1. Las empresas de periodismo impreso continúan siendo las principales empleadoras del personal dedicado a la labor informativa. Dos terceras partes de los profesionales trabajan en empresas de prensa. La radio ocupa el segundo lugar como empleadora y la televisión el tercero.
2. El 72.7% de los profesionales trabaja en medios localizados en la zona metropolitana de Guadalajara, lo que remite a la confirmación de un patrón de centralización de la actividad informativa.
3. La labor informativa es todavía una tarea predominantemente masculina. Es así que el 73.2% de los profesionales del periodismo pertenecen al género masculino.
4. A pesar de que el periodismo tiene una larga tradición en Jalisco, en la actualidad aparece en buena medida como un trabajo realizado por jóvenes, pues más del 60% del personal tiene entre 20 y 35 años de edad.
5. Existe una relativa dispersión en los tipos de puestos que desempeñan los profesionales del periodismo, sin embargo, predominan los puestos ligados con el manejo de información (reporteros, redactores, editores, etcétera), en tanto que las tareas "técnicas" (editor de audio, de video, operadores, laboratorista de fotografía, etcétera), ocupan un peso menor.

6. En términos de horario de trabajo, la mitad de los profesionales reportan estar sujetos a variabilidad en el tiempo dedicado a jornadas diarias de trabajo.
7. La mitad de los profesionales reportan estudios de licenciatura concluidos o los realizan actualmente. Por la forma como se recolectó la información es de pensarse que una buena parte no cuenta con título. Una muy pequeña proporción aparece con estudios de posgrado. Casi una quinta parte tiene estudios de preparatoria.
8. De los 230 profesionales que cuentan con estudios de licenciatura, cerca del 70% se encuentran entre los 20 y 35 años de edad. Si se integran los que tienen 40 años, el porcentaje de profesionales con licenciatura se eleva a 81%.
9. Dos terceras partes de los profesionales realizaron estudios de licenciatura y lo hicieron (o lo están haciendo) en ciencias de la comunicación, periodismo o alguna de sus variantes. Casi una quinta parte de ellos procede de licenciaturas que se ubican en ciencias sociales y humanidades, o en económico-administrativas.
10. De los profesionales que reportaron realizar estudios actuales, casi dos quintas partes lo hacen en torno a algún idioma (inglés principalmente), 8% en alguna licenciatura en ciencias de la comunicación y 11 % en alguna otra licenciatura.
11. Quienes estudian actualmente se concentran en los rangos de edad más jóvenes (20 a 35 años).
12. El grueso de la población que pudiera interesarse en un programa docente, dada su edad, los estudios con que cuenta y los que realiza actualmente, se encuentra entre los 20 y los 35 años de edad.
13. Dado el tipo de puestos que ocupa la población mencionada, (dedicados especialmente a tareas periodísticas y no a las "técnicas") se considera que alrededor de la mitad de los profesionales pudiera interesarse por una posible oferta de formación a nivel posgrado.

14. La población (o mercado potencial) a que se ha hecho referencia se localiza mayoritariamente en la zona metropolitana de Guadalajara, en empresas de prensa. Poco más de la mitad cuenta con estudios de licenciatura y se ubica en puestos relacionados directamente con el proceso informativo y no con tareas técnicas de producción.

A través de entrevistas realizadas a directivos, editores y jefes de información de los medios, esta investigación permitió identificar las siguientes tendencias:

1. Coinciden los entrevistados en señalar que casi la totalidad de quienes realizan actividades periodísticas en sus medios cuentan con alguna carrera universitaria.
2. Se reconoce la necesidad de formación, pero en los ámbitos de la capacitación y la actualización. Predomina la inclinación por cursos de capacitación para resolver problemas inmediatos. Con relación a cursos de tipo formativo se prefieren los programas con cierta **especialización**. Se sugiere la figura de diplomado y sólo un entrevistado menciona la necesidad de crear una maestría.
3. Las áreas de conocimiento en las que se menciona podría orientarse el programa de formación son las siguientes:
 - a) Área básica: Redacción, Técnicas de Investigación Periodística, Ética del Periodismo, entre otros.
 - b) Área de actualización y especialización: Historia, Sociología, Economía, Derecho, Psicología, entre otros.
 - c) Área de desarrollo de habilidades analíticas: metodologías de análisis e investigación social.
 - d) Área de habilidades instrumentales: computación, idiomas, entre otros.
4. El programa a ofrecerse debería adecuarse a la dinámica de la actividad profesional, esto es, no contener una carga escolarizada excesiva y ser eminentemente práctico.

5. Las empresas podrían permitir que su personal participara en programas de formación, pero no se ofrecerían facilidades o apoyo de tipo económico.



CONCLUSIONES

Sobre la base de los hallazgos procedentes de los dos instrumentos que se utilizaron para realizar la presente investigación, esto es, la *Exploración sobre la demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco* y el *Sondeo sobre necesidades específicas de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco*, se plantean las siguientes conclusiones:

1. Dado que la investigación permitió constatar:
 - a) que no existe una “demanda efectiva” para que la Universidad de Guadalajara ofrezca un programa de licenciatura que permita acreditar los conocimientos de periodistas en activo,
 - b) que de la población de profesionales del periodismo que estaría en posibilidades de estudiar, poco más de la mitad ya cuenta con estudios de licenciatura o los realiza actualmente y,
 - c) que no se conciben a los diplomas universitarios como determinantes para contrataciones o ascensos

Se concluye que no se justifica el que la Universidad de Guadalajara ofrezca un programa de formación para profesionales del periodismo en Jalisco en el nivel de licenciatura.

2. En virtud de que el estudio permitió identificar una fuerte tendencia en los medios a señalar que:
- a) para “dominar el oficio” periodístico no se requiere de estudios universitarios, sino que se aprende en la práctica,
 - b) que en todo caso lo que se requiere son ofertas de formación muy prácticas, que permitan la actualización o especialización de los profesionales del periodismo,

Se concluye que el tipo de oferta pertinente pudiera orientarse en la línea de los cursos de actualización, diplomados o, en todo caso, una *especialidad en periodismo altamente vinculada con la actividad profesional*, la cual se desarrollaría probablemente bajo la modalidad de educación continua, abierta y a distancia, pues los profesionales no tienen tiempo de asistir a cursos regulares y no contarían con apoyo financiero por parte de sus empleadores para cubrir los costos de programas más extensos.

Finalmente, se considera que dado que no es función de la Universidad de Guadalajara atender necesidades expresas de capacitación del personal de las empresas informativas, pues en todo caso corresponde a estas últimas satisfacer las necesidades de su personal en ese nivel, el Departamento de Estudios de la Comunicación Social propone que nuestra Casa de Estudios proporcione ofertas formativas acordes con los objetivos de instituciones de educación superior, como es el caso de una especialidad en periodismo, y que para ello las estrategias de operación se apoyen en el marco de posibilidades reales (económicas y en materia de recursos humanos) de la propia Universidad.



ANEXOS

Exploración sobre la demanda potencial de formación entre profesionales del periodismo en Jalisco

Ficha de Información e Instructivo

Nombre del Medio _____

(Favor de incluir en esta Ficha datos sobre reporteros, editores, columnistas, fotógrafos, redactores, jefes de información, directores de noticias, camarógrafos, editorialistas, presentadores de programas, entre otros profesionales del periodismo, en cualquiera de sus géneros)

Número				
Nombre				
Género				
Fecha de Nacimiento				
Puesto				
Antigüedad en la empresa				
Antigüedad en la profesión				
Horario de trabajo				
Estudios concluidos				
Estudios actuales				

Nota: Se presenta la ficha de manera sintética, debido a que el original se elaboró en hojas tamaño oficio, con la finalidad de que se contara con suficiente espacio para incluir la información solicitada en cada rubro. La ficha original puede consultarse en el archivo del proyecto, en el DECS.

Instrucciones para el llenado de la Ficha

Para el llenado de la Ficha de Información por parte del Jefe de Información o del de Personal, le rogamos tomar en cuenta las siguientes anotaciones relativas al tipo de información que se espera se incluya en cada columna de la Ficha.

1. **Número.** Anotar progresivamente el número de personas que trabajan directamente en la generación o producción de noticias u otros programas informativos o de opinión. Se incluirá entonces a: director de noticias, jefe de información, editor, jefe de redacción, redactores, asistentes de redacción, reporteros, camarógrafos, fotógrafos, columnistas, caricaturistas, infógrafos y otros profesionales contratados de planta o por honorarios que se dediquen a la actividad periodística en cualquiera de sus géneros.
2. **Nombre.** Registrar el nombre completo de cada profesional vinculado a la labor periodística, iniciando con el primer apellido. Ej. Barrera Guzmán, Juan Antonio.
3. **Género.** Escribir F, para femenino y M, para masculino
4. **Fecha de nacimiento.** Especificar en el siguiente orden; día, mes y año de nacimiento
5. **Puesto.** Anotar la denominación que recibe formalmente la actividad desarrollada por cada profesional, de acuerdo con el organigrama o jerarquía de puestos de la empresa.
6. **Antigüedad en la empresa.** Anotar la fecha de ingreso a la empresa en el siguiente orden: mes, año.
7. **Antigüedad en la profesión.** Registrar la fecha en que inició algún tipo de actividad remunerada dentro del ámbito de los medios de comunicación: mes, año.
8. **Horario de trabajo.** Especificar hora de entrada y de salida
9. **Estudios concluidos.** Especificar el nivel de estudios que ha alcanzado cada persona. Ejemplos: primaria terminada, secundaria terminada, hasta 2o. año de secundaria, hasta 3er año de licenciatura en periodismo, pasante de licenciatura en ciencias de la comunicación...
10. **Estudios actuales.** Especificar los estudios que cada persona realiza actualmente y el grado en el que se encuentra, si es pertinente. Ejemplos: Cursa el 1er semestre de preparatoria, cursa el 3er año de secundaria, cursa el 5o. semestre de licenciatura en ... realiza estudios de inglés...

*Sondeo sobre necesidades específicas de formación
entre los profesionales del periodismo en Jalisco*

Guía de Entrevista-Cuestionario
(Preguntas para directores, editores y jefes de información)

1. **¿Cuáles son los puestos relacionados con la producción de noticias en este medio?**
2. **¿Qué tipo de formación y habilidades (o qué tipo de conocimientos teóricos y prácticos) serían deseables para el mejor desempeño de cada puesto?**
3. **En la actualidad ¿qué necesidades de formación y capacitación percibe entre los periodistas de esta empresa? (Si es necesario, describirlo por puestos).**
4. **¿Es importante para la empresa que los periodistas tengan formación universitaria?**
5. **En caso positivo, ¿por qué? y ¿en qué campos de conocimiento (o qué carreras), preferentemente?**
6. **¿Tiene la empresa algún plan de formación y/o de capacitación para el personal del área de noticias?**
7. **¿Estaría la empresa en condiciones de apoyar a los trabajadores que quisieran adquirir mayor nivel de formación académica o técnica, para servir mejor al medio?**
8. **En caso positivo ¿qué tipo de apoyo? ¿económico? ¿permisos? ¿cambio de horario? ¿facilidades para utilizar los recursos tecnológicos de la empresa? ¿algún otro?**
9. **¿Qué tipo de cursos, talleres o seminarios de formación, actualización o capacitación serían útiles para los empleados de esta empresa?**

10. ¿Qué día(s) y en qué horario podría un periodista dedicar dos horas para su formación?

11. En su opinión, ¿cuáles de los siguientes conocimientos podrían ser de mayor utilidad para el personal de su medio?*

*Favor de cruzar (X) el paréntesis de las áreas seleccionadas.

Nuevas tecnologías

- () Procesamiento de texto por computadora
- () Diseño periodístico por computadora
- () Manejo y creación de bancos de datos
- () Manejo y creación de bancos de imágenes
- () Uso de Internet
- () Uso de CD-Roms
- () Manejo del Scanner

Técnicos

- () Edición en TV
- () Edición en Radio
- () Fotografía

Legislación

- () Legislación de medios en México
- () Derecho constitucional

Historia

- () Historia de México
- () Historia de Jalisco
- () Historia Mundial Contemporánea

Estudios Políticos

- () Estructura política de México (a nivel federal, estatal y municipal).
- () Problemas sociopolíticos de México
- () Estructura de la Administración Pública

Sociológicos

- () Realización e interpretación de estadísticas sociales
- () Sociología de la información
- () Métodos de análisis de contenido
- () Técnicas de investigación documental

Teoría de la comunicación

- () Modelos teóricos para el estudio de la comunicación

Periodismo y Sociología del periodismo

- () Redacción periodística
- () Géneros periodísticos informativos
- () Géneros periodísticos de opinión e interpretativos
- () Periodismo de investigación
- () Sistemas informativos internacionales
- () Ética periodística
- () Funciones sociales de la prensa
- () Estructura administrativa de las fuentes informativas
- () Cómo relacionarse con las fuentes de información

Comerciales y Organizacionales

- () Mercadotecnia
- () Medición de ratings
- () Administración de empresas informativas
- () Organización de oficinas de prensa y comunicación social

Idiomas:

- () Inglés () Alemán () Italiano
- () Japonés () Portugués () Francés

LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARTICIPANTES

Infosel (Información Guadalajara)

PRENSA EN ZMG

El Norte/ Reforma (corresponsales)

El Informador

Siglo 21

El Occidental

Ocho Columnas

El Sol de Guadalajara

Gaceta Mercantil

PRENSA EN REGIONES DEL ESTADO

El Costeño

El Faro de Jalisco

Expresso de Jalisco

La Extra de Ocotlán

Periódico Tzaulán

Noticias de la Provincia

Semanario La Comunidad

El Mercurio

El Meridiano

Tribuna de la Bahía

La Voz de Autlán

ACA, Autlán

Los Altos

RADIO EN ZMG

Frecuencia Punto Tres

Promomedios de Occidente

Unidifusión (Notisistema)

Grupo DK

Grupo ACIR
Megarradio
Noticentro
Radiópolis, "W" Guadalajara

RADIO EN REGIONES DEL ESTADO

Radio Sensación XEVAY-AM
Tejano 57 XEPVA-FM
XELJ-AM XEMEX-AM
XELD-AM
XHPZ- AM

TELEVISIÓN EN ZMG

Corporación Tapatía de Televisión (Canal 6)
Televisa de Occidente/Televimex (Canales 4, 9 y 21)
Televisión Azteca (Canal 11)

TELEVISIÓN EN REGIONES DEL ESTADO

Televisión Cultural "La Grana"
Canal 4 (Puerto Vallarta)

**Acercamiento a la demanda de
formación entre profesionales del
periodismo en Jalisco**

**Se terminó de imprimir y encuadernar
el mes de mayo de 1997, en el Centro
Universitario de Ciencias Sociales y
Humanidades, Guanajuato 1045, Sector
Hidalgo, Guadalajara, Jalisco. Se tiraron
350 ejemplares.**



**Universidad
de
Guadalajara**

*Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Estudios de la Comunicación Social*