

# LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS COMUNICADORES DE LA UNIVERSIDAD DEL ALTIPLANO

César Sánchez Olavarría\*

REVISTA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR  
ISSN: 0185-2760  
Vol. XLII (1), No. 165  
Enero - Marzo de 2013, pp. 105- 123

\* Doctor en Educación, Facultad de Ciencias de la  
Educación, Posgrado en Educación.  
Universidad Autónoma de Tlaxcala. Correo e:  
cesarsanchezolavarría@hotmail.com

Ingreso: 18/09/12 • Aprobado: 08/02/13

## Resumen

---

**S**e presenta un panorama de los mecanismos de inserción que utilizan los comunicadores de la Universidad del Altiplano para integrarse al mercado de trabajo, así como los requisitos que les solicitan y las dificultades a las que se enfrentan. Este análisis ha permitido identificar que los comunicadores acceden al empleo por la vía relacional, principalmente, que la obtención del título no es prioritaria al momento de solicitar empleo y que los principales problemas de ingreso al mercado laboral son la falta de experiencia y la saturación del campo de trabajo del comunicador. Esta falta de vinculación entre la universidad y el mercado de trabajo orilla a los jóvenes al subempleo en condiciones precarias y vulnerables.

### Palabras clave:

- Inserción laboral
- Empleadores
- Egresados
- Capital humano

## Abstract

---

**T**his article presents an overview of the insertion mechanisms used by communicators to join the labor market, the requirements that will apply and the difficulties they face. This analysis has showed that communicators access to employment through relational mechanisms, mainly; to obtain the degree is not a priority when they apply for a job; and the main problems to enter to the labor market are lack of experience and the saturation of the communicator labor field. This lack of linkage between the university and the labor market drive young communicators to underemployment in poor conditions, leading to a situation of vulnerability

### Key words:

- Insertion to the labor market
- Employers
- Graduates
- Human capital

## Introducción

---

**A**ctualmente, la reducción de espacios laborales ha contribuido a exigir un mayor nivel de estudios para la obtención del empleo, lo que ha provocado un incremento de la matrícula en educación superior, puesto que los empleadores requieren de un mayor nivel educativo de los solicitantes en comparación con el que se requería hace 15 años. No obstante, el incremento en el número de egresados anualmente no es proporcional con el número de espacios de trabajo, lo que conlleva a un desplazamiento de la mano de obra menos calificada y a una devaluación de títulos. Coleman y Husen (1989) y Martínez (2000) consideran que el individuo inicia la inserción laboral cuando finaliza su transición de la formación profesional al primer empleo y cuando comienza la construcción de sus propias trayectorias laborales y familiares a partir del desempeño de una profesión.

Los egresados de ciencias de la comunicación del estado de Tlaxcala no están exentos de esta situación, ya que se percibe una saturación de espacios laborales provocado por una falta de vinculación entre la universidad y el mercado laboral, por lo que el presente estudio tiene como objetivos determinar los mecanismos de inserción laboral que permiten la incorporación de los egresados de comunicación al mercado laboral, así como identificar los requisitos de ingreso que les solicitan los empleadores y las dificultades a las que se enfrentan para obtener un empleo relacionado con su formación.

Este trabajo de investigación se encuentra estructurado en cinco apartados: en el primero se contextualiza la problemática que viven los egresados de comunicación; en el segundo se aborda el marco teórico y de referencia que contempla las perspectivas teóricas que dan sustento a la inserción laboral; en el tercero se describe la estrategia metodológica empleada en este estudio; en el cuarto se presentan los resultados y las consideraciones finales se abordan en el quinto.

## Los comunicadores en contexto

---

**L**a formación de recursos humanos enfrenta diversas situaciones como la falta de vinculación de las instituciones de educación superior con el mercado laboral, lo que se refleja en el subempleo y el desempleo de los egresados de las universidades, aunado a factores externos a estas como el crecimiento económico del país. En este sentido, los comunicadores en-

frentan ciertas particularidades como el compartir un mercado común con otras carreras como publicidad, relaciones públicas, diseño o periodismo, además de la saturación del mercado de trabajo. Benassini (2001) afirma que la semejanza entre los planes de estudio de los programas de comunicación contribuye a conferir una “identidad” a estas carreras, no obstante, se traduce también en una homogeneidad en cuanto a los objetivos, el perfil de ingreso y de egreso, así como en las modalidades de ejercicio profesional del comunicador.

El programa educativo de ciencias de la comunicación en la Universidad del Altiplano respondió, en su momento, 1988, a las necesidades que predominaban en esa época en el estado de Tlaxcala, relacionadas con la incipiente profesionalización del campo (Sánchez, 2012), lo que trajo como resultado la elevada inserción laboral de los egresados de las primeras generaciones. No obstante, la matrícula ha disminuido en los últimos años hasta en un 70%, lo que ha provocado una inserción cada vez más tardía al primer empleo relacionado con su formación y la subutilización del capital humano adquirido. Datos extraídos del Observatorio Laboral Mexicano (2012) señalan que el 70.5% de las personas con estudios en comunicación no trabajan en lo que fueron formados o trabajan parcialmente en su campo profesional, por lo que es necesario contar con estudios que muestren el comportamiento de los procesos de inserción laboral, en este caso de los comunicadores, con la finalidad de fundamentar una posible toma de decisiones al interior de la institución que facilite dichos procesos y contribuya a una mejor preparación de los estudiantes de ciencias de la comunicación.

## Los comunicadores en contexto

**E**n la teoría del capital humano se sostiene que el nivel educativo que alcanza una persona repercute en mayores ganancias económicas, por lo que es importante continuar su formación para lograr mejores oportunidades en el mercado de trabajo. La inversión en capital humano, tanto en formación como en capacitación para el trabajo, se refleja a nivel personal, institucional o empresarial y del país, ya que se eleva la productividad. No obstante, esta inversión se constituye en un bien intangible, ya que se convierte en capacidades, habilidades y actitudes que no se pueden traspasar y que los individuos utilizan en beneficio propio y de quien los contrata para la producción de bienes y servicios.

Becker (1983) afirma que el capital humano, en su perspectiva microeconómica, es el conjunto de capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos o de *savoir-faire*, es decir, el conocimiento y las habilidades adquiridas por un individuo, a partir de la capacitación, formación académica y experiencia, que se reflejan en la creación, difusión y utilización del saber. De ahí que la principal diferencia en los procesos de inserción laboral de los individuos sea el nivel de inversión en su capacidad productiva, por lo que quienes hayan invertido más en

su juventud recibirán mayores recompensas y mayores ingresos, aunque su entrada al mercado de trabajo se retrase debido a la inversión realizada.

No obstante, este enfoque económico de capital humano no logra explicar aspectos de la compleja relación entre educación y mercado de trabajo, por lo que surgen una serie de teorías alternativas que abordan dicha relación. Arrow (1973), en la teoría credencialista, afirma que la obtención de un título es una garantía de formación en cuanto a conocimientos, habilidades, competencias, actitudes y aptitudes que le son de gran ayuda al patrón para la contratación de los aspirantes a determinado puesto. Para la teoría de la señalización, el nivel educativo actúa como una señal para que los empleadores se den cuenta de las habilidades de los prospectos, puesto que para lograr su ingreso al mercado laboral se debe conocer las potencialidades del sujeto. Thurow (1972) argumenta que en la teoría de la fila, la productividad no radica en el individuo, sino en el puesto de trabajo, al cual muchos quieren llegar, pero que pocos logran debido a la reducida oferta de espacios, por lo que tienen que hacer fila en espera de la oportunidad anhelada. Muñoz Izquierdo (1996), por su parte, afirma que en la teoría del bien posicional los puestos de trabajo están siendo ocupados por gente cada vez más preparada que desplaza a los que ocupaban dicho puesto u ocupan el puesto de quien se va retirando, por lo que la obtención de un grado mayor de estudios se justifica por la competencia por determinado estatus.

La inversión en capital humano por medio de la formación académica y laboral que realiza el individuo con la finalidad de facilitar su acceso al mercado de trabajo y obtener beneficios económicos provoca un desequilibrio en los procesos de inserción laboral. Este panorama se transforma en la saturación del mercado, debido a la gran cantidad de egresados con la misma formación, lo que trae como consecuencia tres situaciones: el desplazamiento de los trabajadores menos calificados, el subempleo de los más preparados y que los empleadores exijan más experiencia laboral al momento de pedir trabajo, sin importar que sean individuos recién egresados. Este escenario refleja la influencia del capital humano en los procesos de inserción laboral en los comunicadores, sin embargo, existen otros elementos que también son tomados en cuenta en estos procesos como a) los periodos de crecimiento económico que vive el país, puesto que en muchas ocasiones la oferta de empleos no corresponde con la demanda de los mismos (Martínez, 2000), debido a que dichos periodos permean la absorción o no de los jóvenes en el mercado laboral (Zenteno, 1998); b) el capital social adquirido mientras se estudia; c) las competencias personales como la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de liderazgo y la capacidad de adaptación; y d) la responsabilidad familiar temprana que se manifiesta con la entrada de los jóvenes al mundo de los adultos y las responsabilidades que conlleva.

## Estrategia metodológica

El presente estudio de corte cuantitativo utilizó como instrumento un cuestionario para la recolección de datos en el cual se consideraron como variables: los mecanismos de inserción, los requisitos formales y las dificultades de inserción. En el primer caso se tomaron como indicadores mecanismos relacionales, de mercado y el autoempleo. En el segundo se tomaron en cuenta los documentos oficiales, la experiencia laboral, las habilidades profesionales y los factores socioeconómicos, y en el tercero, se abordaron aspectos como las dificultades de formación, laborales y personales. El procesamiento de la información recolectada se realizó mediante el software SPSS versión 17.

Se trabajó con 10 generaciones de la carrera de ciencias de la comunicación del periodo 1994-2003 de la Universidad del Altiplano (institución de educación superior privada, localizada en el estado de Tlaxcala) que conforman un universo de 352 egresados. Se actualizó el directorio de egresados y se logró ubicar a 195 comunicadores, de los cuales se recuperaron 122 cuestionarios, durante el periodo junio 2009-abril 2010 que duró la fase de campo. Finalmente, se trabajó con una muestra de 108, debido a que se eliminaron aquellos cuestionarios que estaban incompletos, sin contestar o eran de otras generaciones.

Se combinó la temporalidad y el género en la conformación de los grupos de análisis. Guzmán (2004), la CEPAL (2005) y Jiménez (2009) puntualizan que los periodos de egreso están caracterizados por situaciones socioeconómicas que vive el país en una época determinada. Por su parte, López (2003), el Observatorio Ocupacional de España (2005), Weller (2006) y Ontiveros (2007) señalan la importancia de los estudios de género como mecanismos para identificar diferencias entre la población estudiada, por lo que la integración de los grupos de análisis se basó en la temporalidad y en el género. Así, la temporalidad está representada por dos grupos: el primero conformado por egresados de ciencias de la comunicación con 11 y 15 años en el mercado laboral y el segundo constituido por egresados con 6 y 10 años. Posteriormente, estos grupos se combinaron con el género y se constituyeron los cuatro grupos de análisis para este estudio: 1H (15%), 1M (23%), 2H (17%) y 2M (45%).

## Resultados

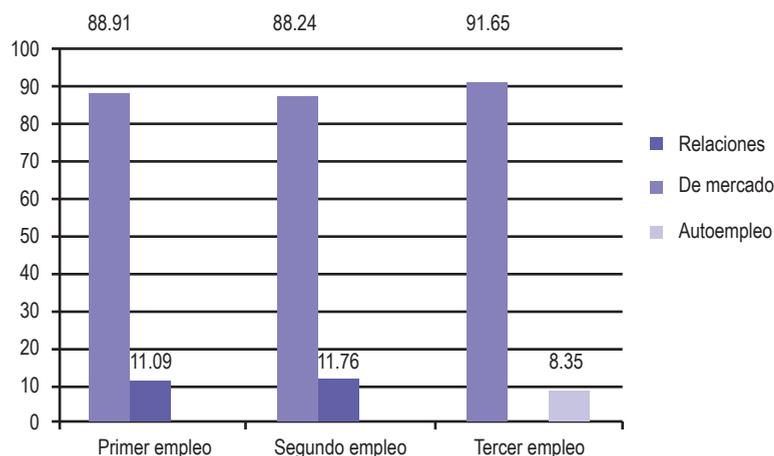
---

### Mecanismos de inserción al primer ingreso

La inserción laboral se puede presentar durante la formación universitaria o al egreso y juega un papel importante en la valoración de las trayectorias profesionales (Dubar, 1990 y Feldman y Arnold, 1997), puesto que es en el primer empleo donde los individuos establecen contactos relacionales que les permitirán más adelante incorporarse al mercado de trabajo, una vez cumplidos los requerimientos solicitados para determinado puesto. El análisis de la información obtenida para este estudio reveló que se presentan tres mecanismos de inserción en los comunicadores de la Universidad del Altiplano: relacional, de mercado y autoempleo. El capital relacional integra las redes sociales establecidas por los egresados con un contacto en el empleo anterior, con un amigo, con un familiar o por una recomendación. Este mecanismo predominó en la presente investigación, puesto que el 88.91% de los egresados consiguieron su primer empleo de esta forma, lo cual se ha mantenido conforme avanza su trayectoria. Los resultados de este trabajo confirman lo planteado en otros estudios realizados por la CEPAL (2005) y Jiménez (2009), quienes destacan que el capital relacional es el mecanismo más utilizado como medio para obtener el primer empleo.

Los mecanismos de mercado representados por anuncios de periódico, radio, televisión, bolsas de trabajo, agencias de empleo o acudir directamente a la empresa son establecidos por los empleadores como filtro para el reclutamiento de personal y se caracterizan porque ninguno de los solicitantes tiene contactos previos con el posible empleador. En este sentido, Thurow (1972) sostiene que la productividad depende del puesto de trabajo, por lo que si una determinada persona tiene una mejor preparación, estaría en posibilidades de avanzar algunas posiciones en “la fila” para obtener cierto puesto. En esta investigación se halló que el 11.09% de los egresados obtuvieron su primer empleo por este mecanismo; durante el desarrollo de su trayectoria, esta forma de inserción disminuye. Por lo que respecta al auto empleo, este mecanismo adquiere una incipiente importancia hasta el tercer empleo, lo cual indica que el egresado tarda cierto tiempo en encontrar uno relacionado con su formación. Así, el autoempleo se convierte en una opción laboral, aunque, en muchas ocasiones, no tiene nada que ver con su formación. Sin embargo, es una alternativa para allegarse recursos, sobre todo en el caso de los hombres, debido al papel que desempeñan como jefes de familia (ver gráfica 1).

**Gráfico 1** Mecanismos de ingreso en los tres primeros empleos en porcentajes



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del cuestionario

## Mecanismos de inserción durante la trayectoria

En los comunicadores con mayor tiempo en el mercado laboral (primer periodo de egreso) se observa que el mecanismo relacional (88.91%) es la principal forma de ingreso y su primer contacto con el mundo laboral se presenta por recomendación de un amigo. Esta tendencia relacional se ha mantenido conforme avanza la trayectoria (91.65%). No obstante, en el primer empleo prevalece la recomendación de un amigo (36.15%), en tanto que en el tercero, el mayor porcentaje se relaciona con la recomendación que hace un contacto en el empleo anterior (49.99%).

En lo que concierne a los mecanismos de mercado, en los dos primeros empleos se han mantenido en porcentajes bajos y no tienen presencia en el tercer empleo. Por otra parte, se observa un incipiente incremento en el autoempleo, lo cual indica dos situaciones: a) es el último recurso para emplearse y b) los comunicadores no son formados para el emprendimiento, debido a que la formación tradicional del comunicador consiste en desarrollar una fuerza de trabajo que dependa de un jefe. Esto último es algo que se debe destacar, puesto que durante su estancia en la universidad no son formados para emprender un negocio, por consecuencia los negocios que establecen no tienen relación con el estudiado. El autoempleo representa una actividad complementaria a su principal ingreso y, en algunos casos, se relaciona con la competencia por determinado estatus tanto a nivel académico como económico, como se menciona en la teoría del bien posicional.

Por lo que respecta al género, las mujeres (55.58%) ingresan al campo de trabajo por el mecanismo relacional en mayor número que los hombres (33.33%), aunque en ambos casos sobresale el recurrir a un amigo como medio de inserción. Esta situación se reduce en el segundo empleo: las mujeres entran a trabajar por recomendación, es decir, el contacto lo realiza una tercera persona, en tanto que los hombres se insertan en el mercado por un contacto en el empleo anterior. En el tercer empleo, las mujeres (58.33%) superan a los hombres (33.32%) en lo que respecta a mecanismos relacionales, pero coinciden en que un contacto en el empleo anterior es su principal forma de ingreso al mercado de trabajo (ver tabla 1). La licenciatura en ciencias de la comunicación es una carrera donde predomina el sexo femenino, el cual ha aumentado de manera importante su participación en el mercado de trabajo, sobre todo en aquellos segmentos de la población juvenil femenina con mayores niveles educativos (Weller, 2006).

**Tabla 1. Mecanismos de ingreso durante la trayectoria en el primer periodo de egreso**

Mecanismos		Primer empleo			Segundo empleo			Tercer empleo		
		1H	1M	T1	1H	1M	T2	1H	1M	T3
Relacionales	a) Por un amigo	13.90	22.25	36.15	11.76	11.76	23.52	0	16.66	16.66
	b) Por un familiar	5.55	11.11	16.66	0	5.88	5.88	0	8.34	8.34
	c) Por una recomendación	8.33	11.11	19.44	11.78	23.54	35.32	16.66	0	16.66
	d) Por un contacto en el empleo anterior	5.55	11.11	16.66	17.64	5.88	23.52	16.66	33.33	49.99
De mercado	e) Por un anuncio solicitando personal	8.32	2.77	11.09	5.88	5.88	11.76	0	0	0
Autoempleo	f) Empezar un negocio	0	0	0	0	0	0	8.35	0	8.35
N1=100, N2=59, N3=37		41.65	58.35	100	47.06	52.94	100	41.67	58.33	100

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del cuestionario

En los comunicadores con menor tiempo en el mercado laboral (segundo periodo de egreso), predomina el mecanismo de inserción relacional (64.04%), el cual se mantiene con el desarrollo de la trayectoria, durante la que los amigos se convierten en el medio ideal para el ingreso al trabajo en el primer empleo, aunque conforme avanza la trayectoria se reduce esta forma de inserción y se incrementa el ingreso por medio de un contacto en el empleo anterior. Por otra parte, los mecanismos de mercado (26.59%), tales

como la bolsa de trabajo y los anuncios en prensa, radio y televisión disminuyen ligeramente con el tránsito de la trayectoria (16%), mientras que el autoempleo (9.37%) presenta un incipiente incremento con el avance de la trayectoria del comunicador (20%). Estas situaciones son originadas por las condiciones que imperan actualmente en el mercado de trabajo y que condicionan que un gran número de egresados de las instituciones de educación superior transiten en condiciones adversas y, sólo en algunos casos, hacia el inicio de una trayectoria laboral que pudiera considerarse exitosa (Jiménez *et al.*, 2010). De ahí que la temporalidad en el egreso de los profesionistas sea un factor que incida en la caracterización de la inserción laboral de los egresados de una universidad, ya que la influencia que tiene el desarrollo tecnológico, económico y social no es la misma para los que recién terminaron sus estudios que para los que tienen mayor tiempo en el mercado laboral (Mayrofher *et al.*, 2001).

En el caso del género, se encontró que en el primer empleo las mujeres (46.87%) utilizan en mayor medida el mecanismo relacional que los hombres (17.17%) como forma de inserción laboral, sin embargo, ambos coinciden en que las recomendaciones de los amigos les han permitido encontrar empleo más fácilmente. Esta diferencia de porcentajes ha aumentado con el transcurso de la trayectoria, ya que en el tercer empleo las mujeres (54%) superan a los hombres (10%), pero ambos grupos concuerdan en que su principal forma de ingreso es mediante un contacto en el empleo anterior. En lo que concierne a los mecanismos de mercado, las mujeres superan a los hombres en el primer empleo, pero con el progreso de la trayectoria esta situación se equilibra, mientras que en el autoempleo, las mujeres se han mantenido, en tanto que el número de hombres se ha incrementado, puesto que no existía en el primer empleo (ver tabla 2). Weller (2006) señala que la mujer ha aumentado su participación en el mercado laboral a través de la ocupación de mejores puestos de trabajo, sin embargo, tiene que lidiar con la “problemática” del matrimonio, la maternidad, el nacimiento de los hijos y el cuidado de los hijos menores, lo cual es considerado por los empleadores a la hora de contratar. Esta situación se refleja en un ajuste del horario de trabajo y una reducción de la jornada laboral, puesto que la mujer prioriza la familia sobre su profesión y esto conlleva al abandono temporal o definitivo del empleo (Sánchez, 2011).

**Tabla 2. Mecanismos de ingreso durante la trayectoria en el segundo periodo de egreso**

Mecanismos		Primer empleo			Segundo empleo			Tercer empleo		
		2H	2M	T1	2H	2M	T2	2H	2M	T3
Relacionales	a) Por un amigo	9.37	18.75	28.12	4.76	11.90	16.66	0	6	6
	b) Por un familiar	1.56	1.56	3.12		14.28	14.28	0	12	12
	c) Por una recomendación	1.56	14.06	15.62	11.90	16.66	28.56	2	8	10
	d) Por un contacto en el empleo anterior	4.68	12.50	17.18	9.52	19.04	28.56	8	28	36
De mercado	e) Por un anuncio solicitando personal	7.82	18.77	26.59	4.78	7.16	11.94	10	6	16
Autoempleo	f) Empezar un negocio	0	9.37	9.37	0	0	0	4	4	8
	g) Negocio familiar	0	0	0	0	0	0	8	4	12
N1=100, N2=59, N3=37		24.99	75.01	100	30.96	69.04	100	32	68	100

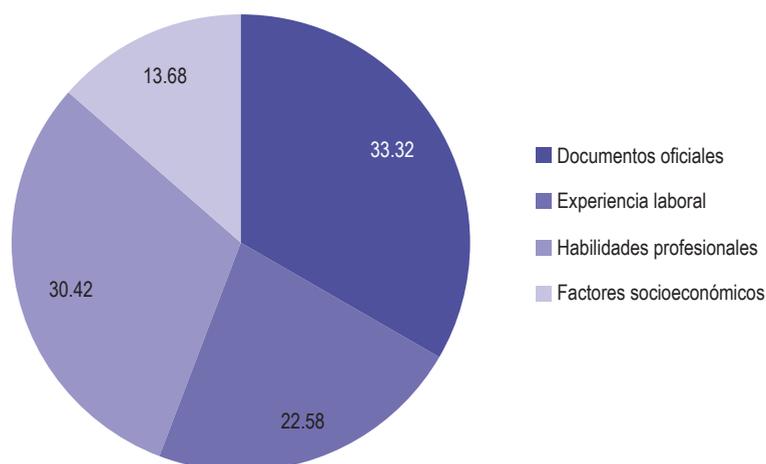
Fuente: Elaboración propia con base en los datos del cuestionario

## Requisitos formales de inserción al primer ingreso

El análisis de la información obtenida permitió identificar cuatro mecanismos formales que el mercado laboral exige de los comunicadores: los documentos oficiales, la experiencia laboral, las habilidades profesionales y los factores socioeconómicos, los cuales, de acuerdo con la teoría de la señalización, actúan como señales de las potencialidades de los prospectos, lo que permite elegir a los más aptos para el puesto solicitado. Los documentos oficiales comprenden el certificado médico, la constancia de no habilitación, la cartilla militar, la cédula profesional, la carta de antecedentes no penales y el título; la experiencia laboral disciplinar está relacionada con los medios electrónicos, digitales e impresos; dentro de las habilidades profesionales se consideran la redacción, la ortografía, la expresión verbal y el manejo del inglés; finalmente, los factores socioeconómicos más mencionados fueron: vivir cerca del empleo, la edad, tener auto, el género, los estudios de posgrado y el examen de oposición (ver gráfica 2).

Gráfico 2

## Requisitos formales de ingreso



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del cuestionario

## Requisitos formales durante la trayectoria

A lo largo del tiempo, los egresados pasan por diversas situaciones personales y socioeconómicas que influyen en el proceso de inserción laboral. Tokman (2006) considera que los cambios económicos por los que pasa un país influyen de forma determinante en el mercado de trabajo. En este estudio, durante el primer periodo de egreso, se encontró que se requerían documentos oficiales (33.32%) como el certificado médico, la constancia de no habilitación y la cartilla militar; la cédula profesional y el título son de los últimos requisitos para conseguir el primer empleo, lo que se opone a los principios de la teoría credencialista, al considerar que estos últimos aspectos garantizan su formación, aunque no su inserción al mercado laboral. La utilización de este tipo de documentos actúa como un mecanismo de filtración hacia los puestos de trabajo y como comprobantes de identificación del personal contratado. En el segundo empleo la situación cambió, puesto que los patrones solicitaban que los egresados de ciencias de la comunicación mostraran habilidades profesionales específicas (41.77%) como la expresión verbal, redacción, ortografía, ser personas críticas y el manejo del idioma inglés como requisitos para determinados puestos. En el tercer empleo esta situación volvió a cambiar, ya que los empleadores pedían a los aspirantes, experiencia (36.63%) en el manejo de medios electrónicos, impresos, digitales y software.

En cuanto a género, los requisitos se encuentran representados básicamente en tres aspectos: documentos oficiales, experiencia laboral y habilidades profesionales, pero conforme avanza la trayectoria, la solicitud de documentos oficiales disminuye en ambos géneros, por lo que la experiencia laboral y las habilidades profesionales aumentan como requerimientos de inserción laboral. En el primer empleo los empleadores solicitaron a las mujeres principalmente documentos oficiales (24.5%) que comprobaran su formación, en tanto que, en los hombres, se observan porcentajes similares entre la experiencia laboral (10.8%) y las habilidades profesionales (12.74%). En el segundo empleo, a las mujeres se les solicitó fundamentalmente la experiencia en el campo de la comunicación (19.43%), mientras que a los hombres se les requería habilidades profesionales (25%). Esta situación se invirtió en el tercer empleo, puesto que a las mujeres les solicitaban habilidades profesionales (20%) y a los hombres experiencia profesional (19.98%) principalmente (ver tabla 3). La gran participación de la mujer en el mundo laboral actual se debe a que el cambio de roles ha aumentado y las mujeres valoran en gran medida su desarrollo personal autónomo vinculado a actividades fuera del hogar (Weller, 2006).

En el segundo periodo de egreso se observa que los empleadores han mantenido sus requerimientos en los tres primeros empleos: experiencia laboral especializada, habilidades profesionales y documentos oficiales, en ese orden. Los dos primeros aspectos tienen promedios similares de 34% y 32%, respectivamente, y un 23% de los documentos oficiales.

**Tabla 3. Requisitos formales de inserción durante la trayectoria en el primer periodo de egreso**

		Primer empleo			Segundo empleo			Tercer empleo		
		1H	1M	T1	1H	1M	T2	1H	1M	T3
Documentos oficiales	a) Título de licenciatura	5.88	9.80	15.68	8.33	5.55	13.88		10	10
	b) Documentos adicionales	2.94	14.70	17.64		2.77	2.77	6.66	3.33	9.99
Experiencia laboral disciplinar	c) Experiencia en medios electrónicos	5.88	4.90	10.78	5.55	11.11	16.66	6.66	6.66	13.32
	d) Experiencia en medios impresos	2.94	5.88	8.82	2.77	5.55	8.32	6.66	6.66	13.32
	e) Experiencia en medios digitales y software	1.98	1	2.98	5.55	2.77	8.32	6.66	3.33	9.99
Habilidades profesionales	f) Buena expresión verbal	5.88	6.86	12.74	19.48	5.63	25.11	3.33	13.35	16.68
	g) Muy buena redacción y ortografía	3.92	7.84	11.76	5.55	11.11	16.66	3.37	6.74	10.11

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del cuestionario

Por lo que respecta al género, se encuentra que en el primer empleo los contratantes solicitan a las mujeres experiencia laboral disciplinar y habilidades profesionales (23.66% cada una) y, en menor medida, documentos oficiales (15.14%), mientras que, en los hombres, se observa una demanda equilibrada entre los requisitos anteriores, aunque en porcentajes menores que a las mujeres. En el segundo empleo, la experiencia disciplinar (28.17%) y las habilidades profesionales (29%) son muy importantes para que las mujeres consigan empleo, mientras que el requerimiento de los documentos oficiales se mantiene. En el caso de los hombres, los patrones solicitan, con frecuencias similares, tanto la experiencia laboral como las habilidades profesionales y los documentos oficiales, aunque en porcentajes tres veces más bajos que en las mujeres. En el tercer empleo las habilidades profesionales (27.76%) en las mujeres adquieren mayor importancia para los empleadores, con lo cual decrece la experiencia laboral (19.98%) y se incrementa el porcentaje (23.36%) de requerimiento de documentos oficiales (ver tabla 4). En los hombres, la experiencia laboral disciplinar es ligeramente más

**Tabla 4. Requisitos formales de inserción durante la trayectoria en el segundo periodo de egreso**

		Primer empleo			Segundo empleo			Tercer empleo		
		2H	2M	T1	2H	2M	T2	2H	2M	T3
Documentos oficiales	a) Título de licenciatura	3.96	9.88	13.84	1.81	6.36	8.17	2.22	10	12.22
	b) Documentos adicionales	4.60	5.26	9.86	2.76	9.14	11.9	2.25	13.36	15.61
Experiencia laboral disciplinar	c) Experiencia en medios electrónicos	3.30	7.91	11.21	1.81	9.09	10.9	1.11	5.55	6.66
	d) Experiencia en medios impresos	4.62	8.56	13.18	2.72	7.27	9.99	5.55	7.77	13.32
	e) Experiencia en medios digitales y software	3.28	7.23	10.51	3.63	11.81	15.44	4.44	6.66	11.1
Habilidades profesionales	f) Buena expresión verbal	3.94	11.83	15.77	2.71	12.72	15.43		16.66	16.66
	g) Muy buena redacción y ortografía	3.28	10.52	13.8	.90	15.45	16.35	1.11	8.88	9.99
	h) Personas críticas	1.97	1.31	3.28	1.81	.90	2.71	1.11	2.22	3.33
	i) Idioma			0		.90	0.9	1.11		1.11
Factores socio económicos		2.02	6.53	8.55	.97	7.24	8.21	2.25	7.75	10
N1=102, N2=59, N3=42		30.97	69.03	100	19.12	80.88	100	21.15	78.85	100

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del cuestionario

solicitada que la documentación oficial y las habilidades profesionales, pero todavía en niveles inferiores a los porcentajes requeridos en el sexo femenino. En otro estudio similar se observa un importante crecimiento en la matrícula de las áreas de Ciencias Sociales, Administración y Humanidades como consecuencia de la fuerte incorporación de la mujer a la vida laboral y no, necesariamente, a una distorsión del sector económico o del sistema de educación superior (Ontiveros, 2007).

## Dificultades para conseguir el primer empleo

Una vez que los egresados terminan su etapa universitaria, se enfrentan a una serie de obstáculos que les impiden ingresar al mercado laboral, como la falta de vinculación universidad-mercado de trabajo, la falta de experiencia en el área, la falta de título, una formación profesional deficiente, falta de relaciones sociales, mercado de trabajo saturado, la falta de empeño por encontrar un empleo, la falta del dominio de idiomas o la falta del manejo de la computadora. En este trabajo se agrupan dichas problemáticas en tres grandes rubros: laborales, de formación y personales, las cuales en conjunto forman el capital humano del individuo en la perspectiva microeconómica de Becker (1983), lo que refleja un grado de “adaptación” del conocimiento en la resolución de problemas.

En el primer periodo de egreso, los comunicadores enfrentaron diversos obstáculos encabezados por aspectos laborales (43.63%), de formación (39.72%) y personales (16.65%). En lo que respecta al género en este periodo de egreso, los hombres consideraron que las principales dificultades encontradas son de tipo laboral (24.38%) relacionadas con la falta de experiencia en el área, la falta de relaciones sociales y el mercado laboral saturado. Para las mujeres, la formación (19.22%) y los aspectos laborales (19.25%) se constituyen como las principales problemáticas para conseguir empleo. La formación recibida en la universidad permea ambos aspectos en gran medida, puesto que los programas educativos no incluyen la formación de conocimientos y capacidades que el desarrollo integral del país requiere, ni los conocimientos y capacidades técnicas flexibles que requieren las empresas, como se menciona en un estudio realizado por Camarena y Velarde (2009), lo que provoca, en muchas ocasiones, un distanciamiento entre la educación superior y el mundo del trabajo (Barajas y Fernández, 2004).

En el segundo periodo de egreso, se repite la misma historia que en el primero, ya que los aspectos laborales (49.7%) conforman las primeras barreras, seguidas de algunas problemáticas de formación (33.06%) y los aspectos personales (17.24%). Es importante destacar que la falta de experiencia es uno de los principales factores que dificultan la inserción laboral, lo cual coincide con los hallazgos de Jiménez (2009) y Sánchez (2011). En lo que concierne a género, para ambos sexos, los aspectos laborales (11.54% para los hombres y 38.16% para las mujeres) como la falta de experiencia en el área de comunicación, la saturación del mercado de trabajo y la falta de relaciones sociales, conforman las principales barreras a las que se enfrentan (ver

tabla 5). Es importante destacar que la problemática del mercado de trabajo saturado se ha acentuado entre los hombres del segundo grupo, lo cual se explica porque tienen menos tiempo en el mercado laboral y los espacios tradicionales de inserción del comunicador proporcionan cada vez menos oportunidades de empleo (Sánchez, 2012a), lo que los obliga a subemplearse o autoemplearse.

El precario crecimiento económico del país obliga a los egresados a subemplearse y provoca el desplazamiento de trabajadores menos calificados (Hernández, 2004 y Ayala, 2009), por lo que los comunicadores se han visto obligados a buscar otras fuentes para allegarse ingresos. El autoempleo se refleja principalmente en los que tienen menor tiempo en el mercado laboral, lo que les permite emprender su propio negocio respondiendo a sus necesidades económicas, aunque en la mayoría de los casos, dicho negocio no guarda relación con su formación. No obstante, es importante resaltar el gran compromiso que asumen para sacar adelante su negocio, debido a que es su propia inversión y responsabilidad, en tanto que al tener un jefe, las obligaciones y responsabilidades pueden ser menores o mayores. Llama la atención que la obtención del título no ha sido relevante para ninguno de los grupos, lo que confirma lo encontrado en otros estudios similares realizados por Chong y de Santiago (2006), Jiménez (2009), Ayala (2009) y Sánchez (2011). Este hallazgo se contrapone al enfoque credencialista, el cual sostiene que entre mayor sea el número de grados académicos, se obtienen mejores puestos y mayor facilidad para ingresar al mercado laboral.

**Tabla 5. Dificultades a las que se enfrentó para conseguir el primer empleo en porcentajes**

		Grupos					
		1H	1M	T1	1H	1M	T2
De formación	a) Falta de vinculación universidad-mercado de trabajo	8.97	7.69	16.66	3.59	11.51	15.1
	b) Falta de título	3.84	1.28	5.12	.71	5.75	6.46
	c) Formación profesional deficiente	7.69	10.25	17.94		7.91	11.5
Laborales	d) Falta de experiencia en el área	14.10	7.69	21.79	4.31	16.54	20.85
	e) Mercado de trabajo saturado	3.84	7.69	11.53	5.08	15.15	20.23
	f) Falta de relaciones sociales	6.44	3.87	10.31	2.15	6.47	8.62
Personales	g) No era lo que esperaba	1.28	3.84	5.12	1.43	6.47	7.9
	h) Ninguno	2.56	8.97	11.53	1.43	7.91	9.34
N=107		48.72	51.28	100	22.29	77.71	100

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del cuestionario

Weller (2009) sostiene que las mujeres aceptan empleos precarios, sin prestaciones y seguridad social a cambio de una flexibilidad laboral que les permita cumplir con el trabajo del hogar, ya que se les adjudican las labores reproductivas y de cuidado. Esta limitación de tiempo, además, disminuye la productividad y reduce una posible capacitación para lograr una mejor ubicación en el mercado laboral. En el caso de los hombres, estos se dedican a otros asuntos familiares como el hacerse de recursos para la manutención del hogar, lo cual va más allá de desempeñarse en lo que fueron formados.

## A manera de cierre

---

Los egresados enfrentan una situación laboral complicada debido a las condiciones económicas y sociales imperantes en el país a causa de la globalización, como lo reflejan otros reportes de investigación (Guzmán, 2004, Jiménez, 2009 y Sánchez, 2011). En este sentido, los profesionales de la comunicación tienen que hacer frente a tres grandes retos: las problemáticas propias de la carrera que obstaculizan su inserción en el mercado de trabajo, los mecanismos de inserción laboral y los requisitos de ingreso.

La falta de experiencia en el campo profesional y la falta de vinculación de la universidad y el mercado laboral han constituido las principales barreras del comunicador al momento de solicitar empleo, situación que se reflejó en mayor medida en los profesionistas con menor tiempo en el mercado laboral, puesto que las primeras generaciones tuvieron la fortuna de que, al ser una licenciatura nueva, tuvieran acceso a espacios donde podían trabajar en lo que fueron formados y el capital humano construido presentaba mayores beneficios para el sujeto. La dificultad de insertarse al mercado laboral y aplicar lo aprendido en la universidad ha obligado a los recién egresados a subemplearse o autoemplearse, en gran medida porque, conforme ha avanzado la trayectoria, se han reducido los espacios de trabajo considerablemente, lo que evidencia una saturación del mercado del comunicador. A este respecto, sería muy interesante abrir una línea de investigación en la que se evalúe el impacto del trabajo social y las prácticas profesionales en los procesos de inserción laboral de los comunicadores de la Universidad del Altiplano. Weller (2006) sostiene que los problemas de inserción se recrudecen con los jóvenes que tienen mayores niveles de educación formal, lo que se contrapone a la teoría del capital humano y al enfoque credencialista.

El capital relacional es el mecanismo de inserción que prevalece en los comunicadores, lo que coincide con otros trabajos realizados por la CEPAL (2005) y Jiménez (2009). En esta investigación, las recomendaciones, mediante un amigo o un contacto en el empleo anterior, se han constituido como las principales vías de acceso para obtener un empleo. La participación de las mujeres como fuerza laboral se ha incrementado por medio de la obtención de mejores puestos de trabajo, sin embargo, estos no se han sostenido debido a que priorizan su participación en actividades propias de la familia como la manutención de los hijos.

Por otra parte, la obtención del título y la cédula profesional se constituyen como una garantía de formación, los cuales son utilizados por los empleadores como comprobantes en la adquisición de ciertas habilidades y como mecanismos de filtración, lo cual no garantiza el acceso al empleo sin la ayuda de una recomendación, por lo que un título no ha sido factor en la consecución de un puesto de trabajo.

## Referencias

- Arrow, K. J. (1973). Higher education as a filter. *Journal of Public Economics*. 2 (3), 193-216.
- Ayala, J. C. (2009). *Seguimiento laboral de egresados 2008*. Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/artpdfRed.jsp?iCve=676112145019>, recuperado el 29 de julio de 2010.
- Barajas, G. y Fernández, J. (2004). *Formación profesional y el mercado de trabajo. Estudio de la profesión odontológica desde la sociología del trabajo*. <http://www.aset.org.ar/congresos/7/11010.pdf>, recuperado el 4 de enero de 2011.
- Becker, G. (1983). *El capital humano*. Madrid: Editorial Alianza.
- Benassini, C. (2001). Escuelas de comunicación en México: ¿Realidad o imaginario social? <http://ccdoc.iteso.mx//cat.aspx?cmn=browse&id=2271>, recuperado el 29 de agosto de 2009.
- Camarena, B. O. y Velarde, D. (2009). *Educación superior y mercado laboral: vinculación y pertinencia social ¿por qué? Y ¿para qué?* <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v17nspe/v17nspea5.pdf>, recuperado el 8 de diciembre de 2010.
- Comisión Económica para América Latina-CEPAL (2005). *Informe estudio de trayectorias laborales*. Santiago de Chile. <http://www.eclac.org/de/noticias/paginas/2/14692/KALEIDO.pdf>, recuperado el 25 de febrero de 2008.
- Coleman, J. y Husen, T. (1989). *Inserción de los jóvenes en la sociedad de cambio*. Madrid: Narcea.
- Chong, B. y de Santiago, A. (2006). *Los egresados de la carrera de comunicación en el campo laboral*. <http://www.lag.uia.mx/buenaaval/buenaaval5/bo5LosEgresados-DeComunicacion.pdf>, recuperado el 10 de enero de 2010.
- Dubar, C. (1990). La evolución de la socialización profesional. En Francois Michan y Denis Segestin (Comps). *El empleo, la empresa y la sociedad*. Madrid: Ministerio del trabajo y seguridad social.
- Feldman, D. C. y Arnold, H. J. (1997). *Managing individual and group behavior in organizations*. New York: Mc Graw-Hill.
- Guzmán, C. (2004). Los estudiantes frente a su trabajo, *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. 9 (22). <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=14002210>, recuperado el 22 de mayo de 2008.
- Hernández, E. (2004). *Panorama del mercado laboral de profesionistas en México*. <http://www.ejournal.unam.mx/ecu/ecunam2/ecunamo208.pdf>, recuperado el 12 de junio de 2010.
- Jiménez, M. S. (2009). *Trayectorias laborales y movilidad ocupacional. Un estudio de biólogos agropecuarios de la Universidad Autónoma de Tlaxcala*. México: Bonilla Artigas Editores.
- Jiménez, M. S., Sánchez, C. y Salazar, E. (2010). *Jóvenes en el mercado de trabajo: entre la formación profesional y las oportunidades de empleo*. Ponencia presentada en el COBAT núm. 18 de Altzayanca, Tlaxcala.

- López, M. (2003). *Trayectorias personales y profesionales de mujeres*. <http://www.educacion.es/cide/espanol/publicaciones/coleccion/mujeres/colmo01/colmo01pc.pdf>, recuperado el 24 de julio de 2008.
- Martínez, R. (2000). Aproximaciones teóricas a los procesos de inserción laboral. *Revista del Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales de España*. [http://www.mtin.es/es/publica/pub\\_electronicas/destacadas/revista/numeros/26/info3.pdf](http://www.mtin.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/26/info3.pdf), recuperado el 14 de enero de 2011.
- Mayrhofer, W., Steyrer, H., Meyer, M. et al. (2001). *Managerial Careers in a Post Industrial Context. Toward a Habitus Based Concept in Managerial Careers*. Viena. University of Economics and Business Administration. [http://www.wu-wien.ac.at/project/vicapp/toronto\\_paper.pdf](http://www.wu-wien.ac.at/project/vicapp/toronto_paper.pdf), recuperado el 10 de noviembre de 2010.
- Muñoz, C. (1996). *Diferenciación institucional de la educación superior y mercados de trabajo. Seguimiento de egresados de diferentes instituciones a partir de las universidades de origen y de las empresas en que trabajan*. México: ANUIES.
- Observatorio Laboral Mexicano (2012). *Ciencias de la comunicación*. <http://www.observatoriolaboral.gob.mx/ola/content/common/reporteIntegral/busqueda-Reporte.jsf#AnclaGrafica>, recuperado el 15 de diciembre 2012.
- Observatorio Ocupacional de España (2005). *Mujer y empleo: La trayectoria profesional de las mujeres cualificadas*. [http://webs.uvigo.es/xenero/profesorado/purificacion\\_mayobre/empleo.pdf](http://webs.uvigo.es/xenero/profesorado/purificacion_mayobre/empleo.pdf), recuperado el 5 de enero de 2010.
- Ontiveros, M. (2007). *El mercado laboral como vínculo entre la inversión en educación y su rendimiento*. <http://redalyc.uaemex.mx/srcfinicio/artpdefRed.jsp?ive:27011410010>, recuperado el 27 de julio de 2008.
- Sánchez, C. (2012). La práctica profesional de comunicador de la Universidad del Altiplano. Un panorama de su trayectoria, *Perfiles Educativos*, XXXIV. [http://www.iisue.unam.mx/perfiles/perfiles\\_articulo.php?clave=2012-137-119-144](http://www.iisue.unam.mx/perfiles/perfiles_articulo.php?clave=2012-137-119-144), recuperado el 6 de diciembre de 2012.
- Sánchez, C. (2012a). La movilidad profesional de comunicador de la Universidad del Altiplano. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 14. <http://redie.uabc.mx/vol14no2/contenido-schzolarria2012.html>, recuperado el 10 de enero de 2013.
- Sánchez, C. (2011). *Trayectorias profesionales de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Altiplano*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Tlaxcala, Tlaxcala.
- Thurow, L. (1972). Education and economic equality. *The Public interest*, 28.
- Tokman, V. (2006). *Inserción laboral, mercados de trabajo y protección social*. <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/27136/lcw82e.pdf>, recuperado el 5 de diciembre de 2010.
- Weller, J. (2006). *Problemas de inserción laboral de la población juvenil de América Latina*. <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/artpdfred.jsp?iCve=11204901>, recuperado el 25 de mayo de 2009.
- Weller, J. (2009). *El fomento de la inserción laboral de grupos vulnerables. Consideraciones a partir de cinco estudios de caso*. <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/04783.pdf>, recuperado el 25 de enero de 2011.
- Zenteno, R. (1998). *Transformaciones, crisis y estructura ocupacional*. <http://www.ejournal.unam.mx/dms/no15/DMS01508.pdf>, recuperado el 13 de marzo de 2008.