

Caracterización del imaginario laboral de estudiantes de nuevo ingreso de la carrera de ciencias de la comunicación

Characterization of the labor imaginary freshmen career communication sciences

Caracterização das ciências da comunicação de carreira calouros de trabalho imaginário

Mónica Violeta Morales Jiménez

Universidad Autónoma de Guerrero, México

esviolet@yahoo.com.mx

Aleida Tello Divicino

Universidad Autónoma de Guerrero, México

tdivicino@yahoo.com.mx

Samuel Bautista Nava

Universidad Autónoma de Guerrero, México

sabanav@hotmail.com

Ángel Carrillo Chora

Universidad Autónoma de Guerrero, México

ac_chora@hotmail.com

Resumen

Esta investigación categoriza el imaginario laboral de estudiantes de nuevo ingreso de la licenciatura en ciencias de la comunicación, así como las causas por las que desconocen el ámbito laboral y los motivos que tuvieron para elegir la carrera.

Para ello se realizó un diseño de investigación descriptivo no probabilístico que en el cuestionario emplea rasgos cualitativos para una mayor comprensión de la construcción del imaginario laboral y su relación con la apropiación de los medios de comunicación. Los datos arrojados de orden cuantitativo y cualitativo fueron analizados utilizando los

programas computacionales SPSS y Atlas.ti. Los resultados obtenidos describen que el imaginario laboral de quienes participaron en el estudio son los medios de comunicación. Se encuentra como actividad preponderante su deseo de trabajar en la televisión y la radio, y otras funciones evocadas por su consumo de medios y no tanto por la orientación vocacional recibida desde el ámbito académico.

Palabras clave: imaginario laboral, comunicación, mercado laboral, elección de profesión, medios de comunicación.

Abstract

This research categorizes the labor imagination of new students of the degree in communication sciences, as well as the reasons why they do not know the workplace and the reasons they had to choose the race.

For this design nonprobabilistic descriptive research that the questionnaire used qualitative features for greater understanding of the construction labor imaginary and its relation to the ownership of the media was performed. The data collected quantitative and qualitative were analyzed using SPSS computer programs and Atlas.ti. The results describe the labor imagination of those who participated in the study are the media. As predominant activity is their desire to work in television and radio, and other functions evoked by their media consumption and not so much for vocational guidance received from the academic field.

Key words: labor imagination, communication, labor market, choice of profession, the media.

Resumo

Esta pesquisa categoriza a imaginação de trabalho dos novos alunos da licenciatura em ciências da comunicação, bem como as razões pelas quais eles não sabem o local de trabalho e as razões que tinham de escolher a raça.

Para este projeto de pesquisa descritiva não probabilística que o questionário utilizado características qualitativas para uma maior compreensão do trabalho de construção imaginária e sua relação com a propriedade dos meios de comunicação foi realizada. Os dados recolhidos quantitativa e qualitativa foram analisados utilizando programas de computador SPSS e Atlas.ti. Os resultados descrevem a imaginação de trabalho dos que participaram do estudo são os meios de comunicação. Como a atividade predominante é a

sua vontade de trabalhar em televisão e rádio, e outras funções evocadas por seu consumo de mídia e não tanto para orientação profissional recebido do campo acadêmico.

Palavras-chave: imaginação de trabalho, comunicação, mercado de trabalho, escolha da profissão, a mídia.

Fecha recepción: Diciembre 2015

Fecha aceptación: Mayo 2016

Introdução

Hoje, a corrida da ciência da comunicação é um dos mais altos demanda dos alunos no México. No estado de Guerrero, o grau é oferecido sob vários nomes: ciências da comunicação, comunicação e relações públicas, comunicações de marketing, todos relacionados com o estudo da mídia. A Faculdade de Comunicação e Marketing da Universidade Autónoma de Guerrero oferece uma licenciatura em ciências da comunicação.

Nesta instituição foi apresentado um aumento no número de matrículas de 4,8% durante o ano de 2013-2014 escola. Para o ano de 2014-2015 escola diminuiu para 14,2% (Universidade Autónoma de Guerrero, 2014), devido a espaços reduzidos renda organizados por políticas institucionais federais. No entanto, os candidatos ainda mostram um grande interesse em aderir.

Durante o último ano de orientação profissional é oferecido aos alunos sobre o currículo de perspectivas de carreira no mercado de trabalho, as atividades de um comunicador e o principal objetivo dessa profissão. Todos estes são pontos cruciais que os ajudem a reflectir sobre o seu futuro profissional.

Neste sentido, a Universidade Autónoma de Guerrero em seu site fornece informações gerais sobre os perfis de currículos e de graduação de cada uma das suas ofertas

acadêmicas. Enquanto isso, a faculdade também apresenta informações sobre o currículo e pós-graduação perfil da carreira de ciências da comunicação.

É importante ressaltar que, apesar de todas essas informações, há uma outra informação descontrolada que impacta a escolha da carreira. Tal informação é parte de um processo de educação informal da mídia sobre as funções, rotina de trabalho e estilo de vida das pessoas que trabalham nessa área.

O processo de treinamento é oferecido através da mídia pode construir diferentes realidades do mercado de trabalho possível que estudam a raça, que tem uma influência importante sobre as pessoas que decidem entrar ou não esta corrida.

Como resultado, é importante conhecer e categorizar a imaginação de trabalho de estudantes, homens e mulheres, novos operadores para o grau, a sua motivação para a seleção, as causas da ignorância dele e sua percepção do mercado de trabalho. Esta informação poderia ser usada bem utilizado para melhor orientar o processo de adesão à corrida.

Fundamentação teórica

Juan Luis Pintos¹ Ele afirma que a partir da perspectiva cognitiva ", o termo " imaginário " é geralmente interpretado como pertencendo ao campo semântico da ficção. Será fruto imaginário "(2014, p. 3). Em seguida, ele afirma: "também poderia ser entendida como ligada à invenção ou criatividade. Essa conotação ligaria estudos com a sua própria capacidade imaginária de "criativo" e formas de comunicação com a sociedade por meio de imagens, poesia, invenções, etc. "indivíduos.

Imaginação falado de Pintos se reflete na evocação que fazem aqueles que estudam a corrida na mídia, para que não concebido como empresas de construção da realidade, mas como a consciência de negócios, cuja função é fornecer notícias, informações, publicidade e entretenimento. Esta influência dos meios de comunicação, alguns ligados com a realidade, faz com que pareçam carreira mais atraente.

¹ Investigador de la Universidad Santiago de Compostela, España e integrante del Grupo Compostela de Estudios sobre Imaginarios Sociales (CGEIS).

Tais imagens está longe de ser as dimensões reais do comunicador profissional. Pintos de acordo (2014), o conceito imaginário mais próximos da versão fenomenologia que é interpretado como:

O que as pessoas pensar, pensar, pensar, segurar ou ligados a determinados objectivos. De uma forma mais acadêmica, esta versão seria formulada em estreita com os termos atuais fenomenológicas, que de preferência se relacionam com os temas imaginários ou língua prazo perceber a realidade de formas específicas (p.3).

A este respeito, Eduardo Colombo (em Benassini, 2002) define como imaginário social:

Que evoca no seu sentido comum a produção de ilusões, símbolos, fantasias, evasões, sempre a partir da dura realidade dos fatos. O mundo imaginário e definido por tradição estética ou científica, é reservada para o domínio da literatura, poesia ou as artes. No objecto imaginária, então, a realidade (p.2).

Por sua parte, Pintos² estados imaginárias sociais que são "socialmente construídos esses regimes que nos permitem perceber, explicar e intervir em que cada sistema social é considerada como realidade" (2005, p.7).

Ao elevar este conceito em um sentido plural e para marcar o momento do imaginário, podemos verificar que o trabalho imaginário apresentado hoje por estudantes podem ser modificados de acordo com o andamento de suas unidades de aprendizagem ou nível de ensino, ou seja, este estudo ele permite saber agora o que a imaginação de trabalho de novos alunos, mas não sabemos o que será apresentado à conclusão de que o grau, outro assunto sob investigação.

Portanto, sua concepção do local de trabalho e que eles esperam ter um temporário, sujeito aos requisitos do ambiente político, económico e social em um específico "médio" (dinheiro, convicção, energia, etc.) específicas de cada sistema (Pintos, 2005).

A teoria dos sistemas coloca a comunicação como uma operação complexa da sociedade e de cada sistema. Portanto, é a capacidade de reflexão, de pensamento e de prospecção de pessoas, permitindo o uso autónomo da razão. Esta é uma chave para a compreensão do

² Autor de la teoría de los imaginarios sociales, quien afirma que este nuevo concepto está en construcción.

papel daqueles elemento de recepção são -men e as mulheres dos meios de comunicação e o processo de construção da realidade a partir dessa perspectiva teórica (Pintos, 2005).

Assim, no sistema político ou econômico que operam na mídia, gerando formas imaginárias sociais "naturalizar" a construção das várias realidades. Os meios de comunicação têm técnicas de fabricação realidades que predisõem a confiança eo surgimento das crenças correspondentes.

O código Relevância / Opacidade é fundamental para compreender o processo de construção da realidade. Retomando Pintos, a perspectiva fenomenológica seu significado varia entre "presença" e "ausência", enquanto que a partir das contribuições dos conceitos perspectiva fílmica "no campo" e "fora do campo" (p.29) são usados.

Existem em termos da realidade construída a partir do observador, significa um grau de relevância, presença, dependendo do sistema em questão, por exemplo, o dinheiro média para o sistema econômico como um sociais aspectos destaque imaginários muito diferentes como "ter / não ter ". O mesmo é verdade em cada sistema e de acordo com as posições a partir do qual se descreve serão privilegiados determinados relevâncias e opacidades diferentes pressupõem.

Pintos a reflexões inevitavelmente perguntar: o que são a relevância ea opacidade que definem a imaginação de trabalho como um sistema diferenciado? Nesta investigação, assume-se que os jovens que entram na carreira de estudar ciências da comunicação fazem por código de fama / anonimato, bem como uma tendência diferenciada da riqueza / pobreza.

A imaginação de trabalho de quem entra na bacharel em comunicação de ciência foi construída com meios receptores, fortalecendo assim antes de se tornarem candidatos para a corrida. Em seu primeiro ano de estudos, não foi modificado disse que o trabalho imaginário sob que os alunos não têm informações suficientes que lhes permitam modificá-lo.

Metodologia de projeto

A pesquisa foi realizada a partir de uma abordagem quantitativa com elementos qualitativos. Tais elementos são considerados a partir da declaração do problema e retomou na estrutura do instrumento de coleta de dados: o questionário. Este focada parte três questões abertas quantitativos e qualitativos, que por sua vez também foram codificados quantitativamente formuladas. O projeto alcança um fenômeno mais preciso perspectiva. A nossa percepção deste é mais abrangente, completa e holística (Hernández, Fernández e Baptista (2006).

Enquanto isso, Todd e Lobeck (em Hernández et al., 2006) apontam que, se utilizados dois métodos, com pontos fortes e pontos fracos Stock- você obter os mesmos resultados e aumenta nossa confiança de que eles são uma verdadeira representação e precisa de o que acontece com o fenômeno (p. 756). A pesquisa é descritiva, sem amostra probabilística.

Objetivo geral

Categorizar a imaginação de trabalho de novos alunos da Licenciatura em Ciências da Comunicação

Objetivos específicos:

- 1) Identificar as razões pelas quais os alunos ingressantes no mercado de trabalho grau desconhecido em ciências da comunicação.
- 2) Conheça os motivos que levaram os alunos recém-admitidos para selecionar o grau e sua relação com o trabalho imaginário.

Hipótese

Os participantes para estudar uma licenciatura em ciências da comunicação fazer a partir de um trabalho imaginário construído pelos meios de comunicação, especialmente a televisão ea rádio, ao invés de ter informação clara e relevante do perfil de pós-graduação.

Participantes

Neste trabalho participaram 50 alunos de um total de 128 (o primeiro ano de estudos), 25 mulheres e 25 homens, legalmente registradas nos grupos de 201, 202, 203, 204 na segunda metade do currículo atual desde 2011 licenciatura em ciências da comunicação ligados à Universidade Autónoma de Guerrero. A média de idade é de 20 anos.

Instrumento

O instrumento de coleta de dados para medir as variáveis foi escrito por questionário semi-estruturado, considerando 12 perguntas abertas e fechadas. Os dados recolhidos quantitativa e qualitativa foram analisados utilizando programas de computador SPSS e Atlas.ti, respectivamente. Nas perguntas do questionário relacionadas com o mercado de trabalho do elevado grau, as actividades profissionais do comunicador, onde se imaginar trabalhando, as razões que tinham para escolher a carreira e campos de trabalho com maior e menor trabalho e futuro económico, entre outras.

Pelas características da pesquisa esquema, a abordagem qualitativa nos permitiu usar a amostra de participantes voluntários e amostra homogénea, em que o critério de participação daqueles que foram legalmente registrados como novos operadores aplicada, independentemente do sexo, idade, status social, condição física, mas apenas o trabalho imaginário. Seleção estava tentando incluir homens e mulheres dos quatro grupos escolares. A aplicação foi realizada no pátio da faculdade durante horários de aula. Antes da aplicação do instrumento, eles informaram os participantes do objectivo do estudo, de modo a informá-los sobre a importância do mesmo.

Resultados e discussão

Do total de entrevistados, 95,8% sim imagina o que o local de trabalho do diploma em ciências da comunicação, enquanto 4,2% disseram que não iria imaginar.

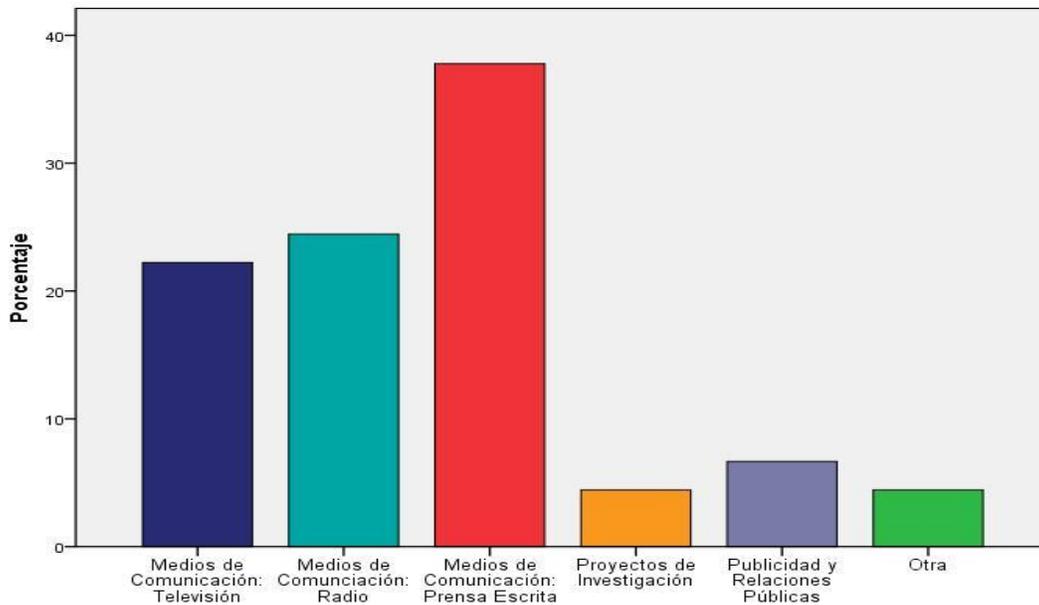


Figura 1: Percentagem de alunos que responderam que eles imaginam o local de trabalho do diploma em ciências da comunicação.

Para a pergunta, você sabe o que as actividades profissionais de uma licenciatura em ciências da comunicação?, São 86% disseram que sabiam eles, enquanto 14% disseram que não os conhecia.

Os entrevistados que sabem eles, 48,9% responderam que é a realização de entrevistas e escrevendo notas informativas, 26% disse que o discurso e condução de programas na mídia eletrônica, 8,9% disseram publicidade, publicidade e design, enquanto que 8,9% mencionado funciona fotografia e edição de áudio e vídeo, e 4,4% relataram outras actividades. O restante disse não saber por falta de informação (Figura 2).

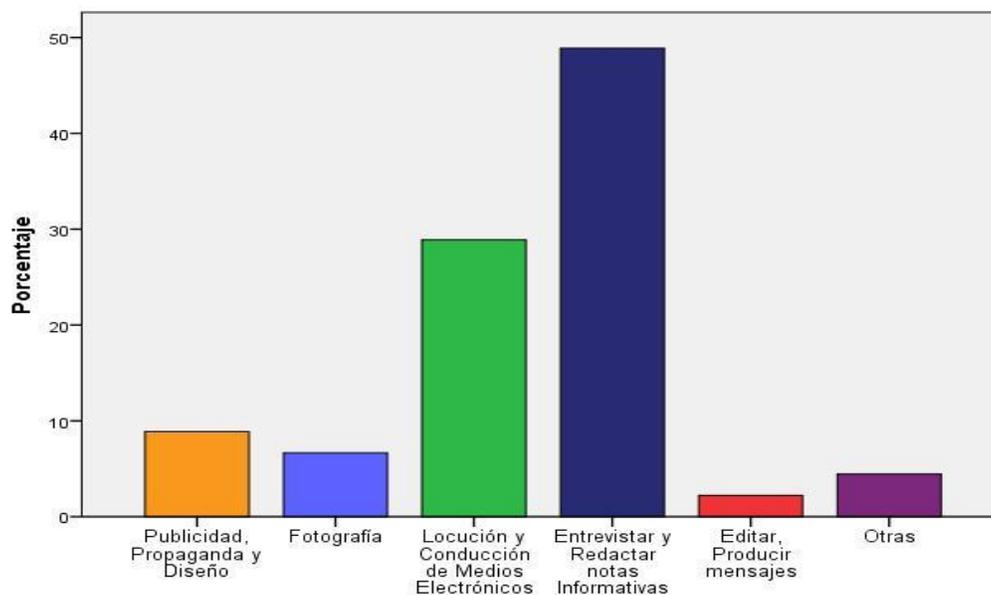


Figura 2: Percentagem de alunos que acreditam que estas são as funções profissionais de uma licenciatura em ciências da comunicação.

Sobre esta questão, o fenômeno que os meios de comunicação são a principal atividade de um comunicólogo é gravado. Portanto, nesta realidade ficcional é a prática profissional do jornalismo como uma de suas atividades, ou seja, coletar dados e relatar eventos para a sociedade. Para esta aspiração ajuda a imagem de fama e reconhecimento de comunicadores da imprensa a nível nacional e internacional, bem como referências daqueles que se formaram a partir desta escola e ocupam um lugar importante, especialmente na imprensa e na televisão.

Eles também perguntou se eles sabiam o que o perfil de pós-graduação do grau, a que 50% disseram que sim e 50% não. Esta elevada percentagem indica a falta de informação e orientação sobre o programa educacional.

Daqueles que responderam afirmativamente, 33,3% imagina que o perfil de pós-graduação é uma pessoa que desempenhará como jornalista na imprensa e fotógrafo, 18,5% no domínio da comunicação audiovisual, publicidade e propaganda, de 7,4% em comunicação organizacional e relações públicas, 3,7% na condução e produção de conteúdo para mídia de rádio e televisão, eo resto não respondeu (figura 3).

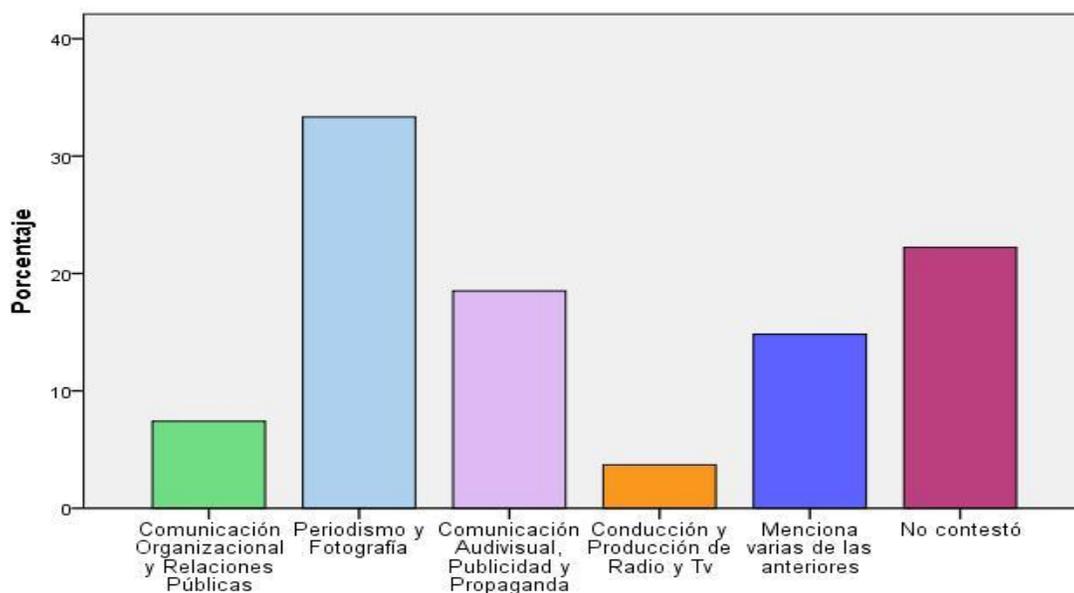


Figura 3. Percentual de alunos que consideram o perfil de pós-graduação de ciência em FACOM comunicação.

Entre as razões citadas por que não conhecer o perfil de pós-graduação do grau, 47,8% disseram que a falta de informação, 13% não têm pesquisado e 9,1% não responderam.

? No que diz respeito à pergunta onde você imaginar trabalhando com uma licenciatura em ciências da comunicação, as respostas foram: 30% em empresas privadas de televisão e rádio, estúdios de fotografia e na impressão, imaginar dirigindo 24% e produção de conteúdo de notícias para o meio de televisão, 18% imagina dirigindo e produzindo conteúdo informativo para o rádio, 8% na produção de filmes, de 6% na elaboração de um meio de impressão. Enquanto isso, 10% que se inclinou pelo setor público, seja como professor ou funcionário do governo. Por outro lado, a 4% não o referido imaginar onde trabalhar. Deve notar-se que no imaginário de trabalho de interesse juventude prevalece mais uma vez para utilização nos meios de comunicação (Figura 4).

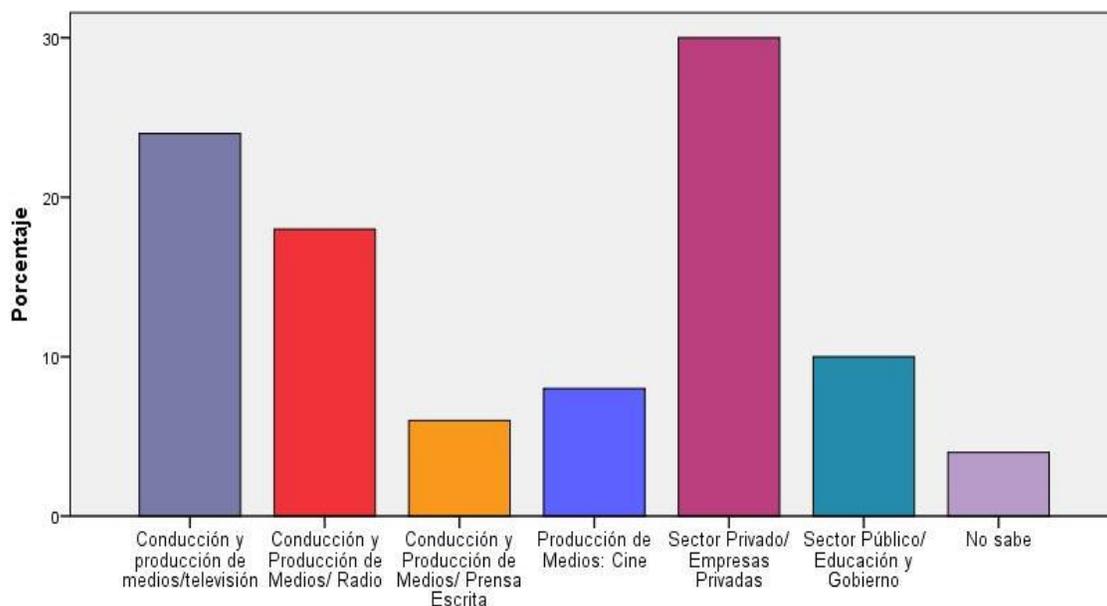


Figura 4: Onde você pode imaginar trabalhando com uma licenciatura em ciências da comunicação?

Esta seção imaginar mencionou que funcionam particularmente em empresas Televisa e TV Azteca: "Quero trabalhar em uma empresa de televisão, especialmente Televisa ou TVAZTECA"; "A realização de um programa na televisão ou fazendo relatórios"; "Pode-se imaginar qualquer coisa, no entanto, acredito que o rádio poderia encontrar locutando"; "Eu imagino que a televisão, rádio e imprensa"; "Televisão fazendo relatórios".

Entre as muitas respostas encontrado o seu interesse é destacado por empregados em indústrias privadas de televisão, rádio e imprensa, nacional ou estrangeiro, "Eu quero trabalhar no exterior, porque no meu estado não há emprego e mal pagos".

Note-se que na mente dos entrevistados, tanto homens como mulheres relatam que seriam usados nos meios de comunicação, particularmente em uma estação de rádio na mídia impressa e na televisão: "Eu gostaria de viajar o país tirar fotos e vendê-los uma revista informativa, trabalhar para mim".

Após este imaginário é o de trabalhar no trabalho de campo filme como editores de áudio e vídeo, em escritórios de relações públicas e de ensino. No entanto, poucas respostas cujo trabalho imaginário é não nos meios de comunicação foram identificados: "uma fundação de apoio aos imigrantes e fazer documentários"; "Em uma página da empresa de design";

"Antes de entrar Pensei que só poderia funcionar no rádio e na imprensa, mas agora eu sei que há mais áreas em que você pode trabalhar"; "Em termos de marketing."

É digno de nota que, embora descrita a mídia como seu trabalho imaginário, também percebem que, ao estudar o grau não só o trabalho nos meios de comunicação, ou seja, outros campos de trabalho, mas ainda não é conhecido. Você acha que, ao estudar esta corrida só vai funcionar na mídia? 90% responderam que não só o trabalho na mídia, enquanto 10% responderam que sim são os meios de comunicação local de trabalho.

90% dos alunos responderam que, ao estudar a corrida não só trabalham nos meios de comunicação; 84% responderam que existem outros campos de trabalho e o resto deles não sabe onde trabalhar. "Os meios de comunicação não são a única área onde eu possa trabalhar; se eu preparar bem, estudar e fê-lo sentir como se eu posso criar a minha própria empresa".

Ao saber as causas de áreas desconhecidas, onde você pode trabalhar um graduado deste grau, 51,1% dos alunos disseram que a falta de informação; 31,1% por falta de interesse pessoal, enquanto 17,8% disseram que a falta de informação da escola onde actualmente a estudar. "Por falta de interesse próprio e porque tenho amigos que estudam aqui"; "Os professores não nos fornecer informações sobre a raça" (Figura 5).

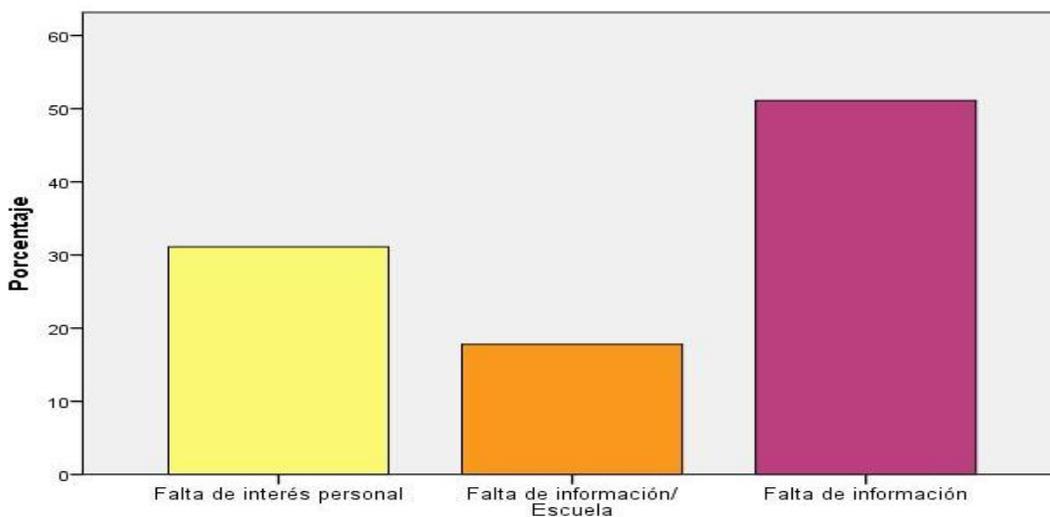


Figura 5: Quais são as razões pelas quais você não conhece as áreas onde você pode trabalhar um graduado deste grau?

Em relação à pergunta que você considerava que a mídia influenciou a sua decisão de estudar esse grau? 68% disseram que sim, enquanto 32% disseram que não. Os meios de comunicação que consideraram influenciou a sua decisão de estudar a corrida são: 50%, em televisão, mídia de rádio 40,6% e 9,4% da imprensa (Figura 6).

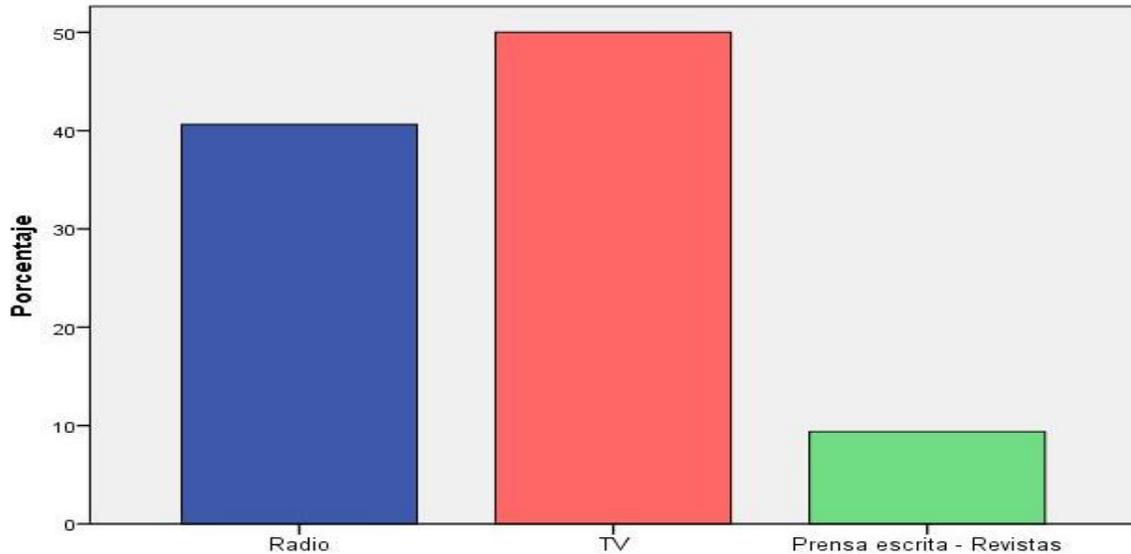


Figura 6: O que a mídia influenciou você considera a sua decisão de estudar a corrida?

Quando perguntado o que eram as razões que tinham para escolher o grau, 93,8% responderam que o interesse e gosto para os meios de comunicação, 4,2% não sabiam o que estudar, e apenas 2,1% disseram que era a segunda opção (Figura 7).

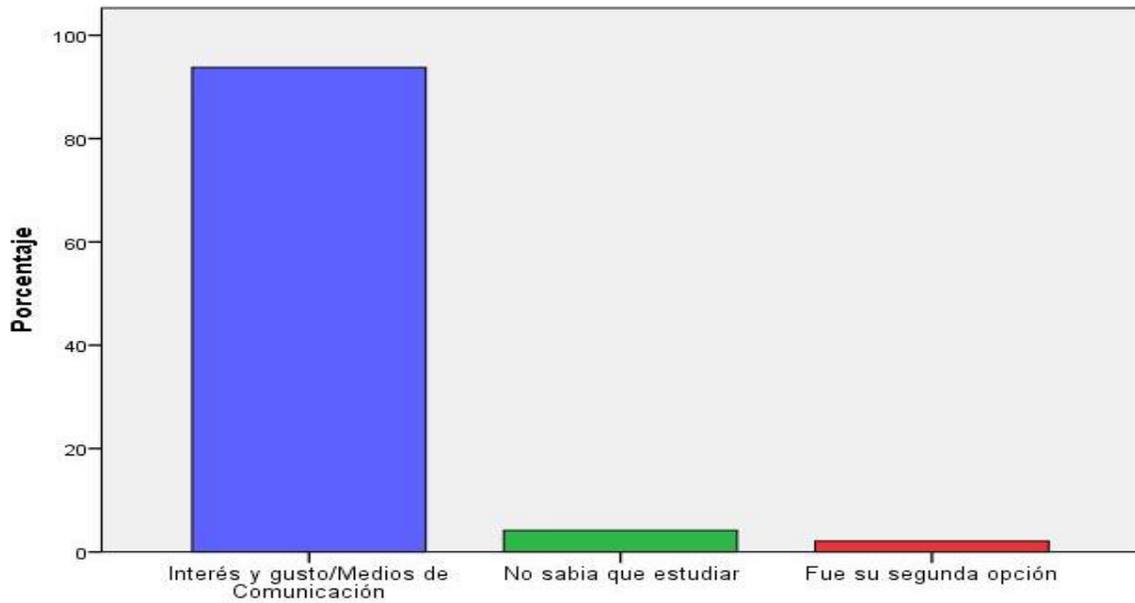


Figura 7: Quais foram as razões que você teve que escolher esse grau?

Entre as razões foram identificados os seguintes: "Eu quero ser famoso"; "A corrida foi interessante e eu gosto"; "Para a minha região e meu estado tem treinado as pessoas a denunciar"; "Porque eu amo o esporte e quer estar no futuro analista"; porque eu tenho um gosto de informação e de comunicação "; "Quero comunicar à sociedade para melhor"; "A única razão era meu irmão, o fato de vê-lo na cabine tornando práticas com colegas me marcou tanto que eu decidi estudar comunicação."

Outras respostas foram: "porque eu gosto dos programas de corrida e de notícias"; "Eu quero ser um repórter e dedicar-me a notícia"; "Eu estou interessado nos meios de comunicação eo que está por trás deles."

Deve-se notar que, embora os alunos não têm conhecimento dos campos de trabalho de pós-graduação em ciências da comunicação e sua imaginação é reduzido para os meios de comunicação, 48% vão continuar a estudar a raça, 34% iria desertar e 18% não sabem o que vai fazer (figura 8).

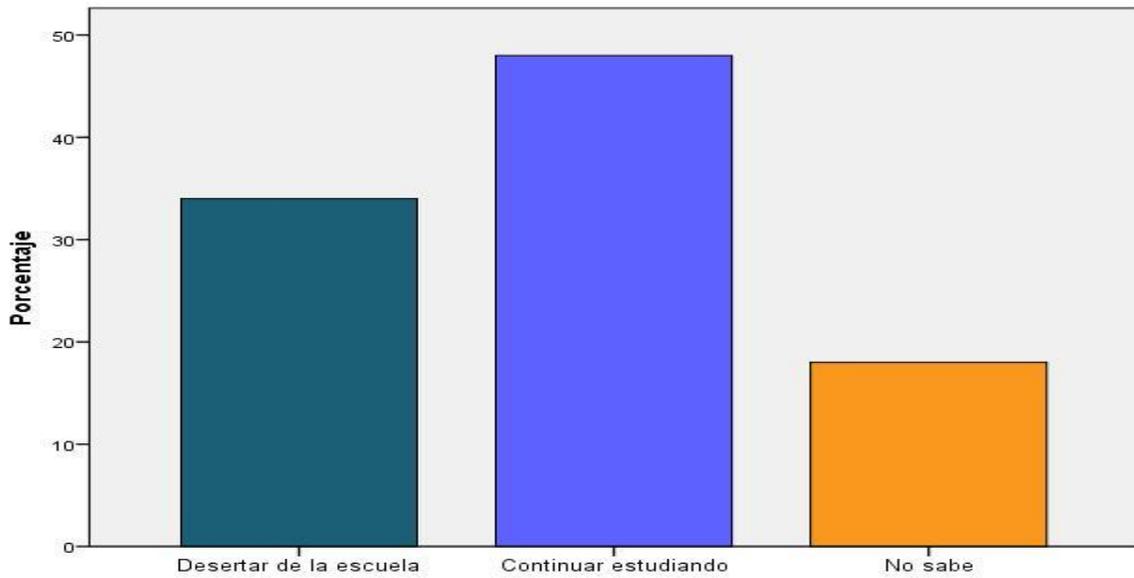


Figura 8: O que decisão tomaria se a ser perseguir um grau não gosta?

Por outro imaginário e aprofundar o que os campos de carreira trabalho que eles consideram mais emprego e futuro económico, 20% disseram que são os meios de comunicação (rádio e televisão), que têm maior trabalho e futuro económico são seguidas pela relações públicas e marketing, 18% disse que 16% de fotografia e produção de filmes. Tanto a escrita eo desenvolvimento de projectos de investigação Imprensa obtido 14%. Em contraste, aqueles que se sentiram menos trabalho e futuro económico comunicação organizacional foram de 11% e ensino com 7% (Figura 9).

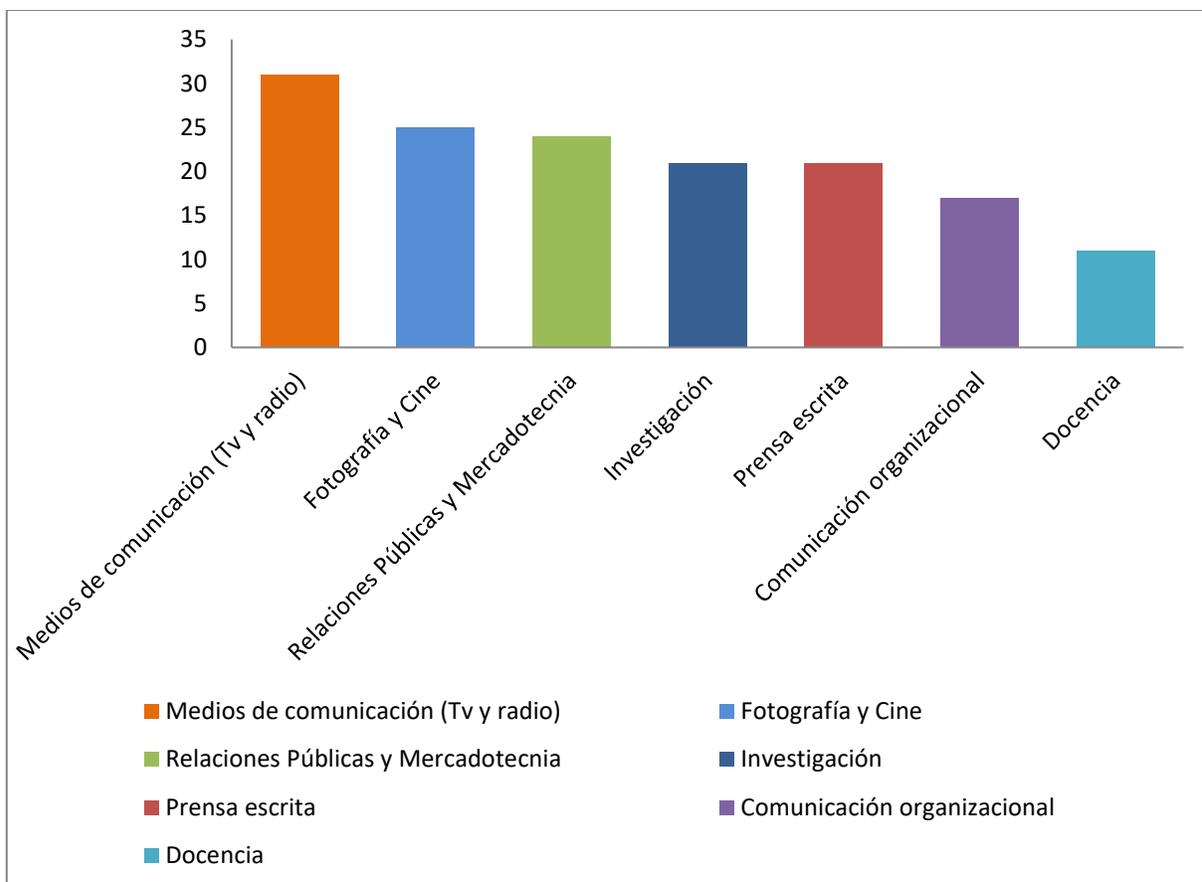


Figura 9: Os campos com maior trabalho e futuro econômico.

No geral, a opinião de que o mercado de trabalho tem uma licenciatura em ciências da comunicação, é interessante, mas com poucas oportunidades de trabalho e os baixos salários e só o trabalho na mídia.

É o que dizem as suas respostas: "a maioria dos graduados acabam trabalhando em rádio ou televisão, mas quando entrar na corrida eu percebi que não é"; "Vivemos em um estado e país em que temos muitas demandas, infelizmente, ele é mal pago. confiança também perdeu neste ponto, ele pode estar em imagem política, principalmente a imprensa "; "Guerrero não há jornalismo de investigação antes de entrar pensou que só poderia funcionar no rádio e na imprensa, mas agora eu sei que há mais áreas em que você pode trabalhar."

E acrescentou: "Eu acho que o local de trabalho é difícil para comunicólogos, especialmente no estado de Guerrero, no entanto, há sempre oportunidades"; "Pode ser perigoso, um pouco excelente referência ao salário; Tudo depende de onde eo que é trabalhar "; "Há muito poucas oportunidades de trabalho e aqueles que estão disponíveis são muito mal pagos"; "Eu realmente gosto da corrida, além de comunicação organizacional, mas profissionalmente pelo menos aqui não há futuro, eu acho que para sair."

Portanto, pode-se mencionar que os estudantes recém-admitidos na licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Guerrero formou seu trabalho imaginário da ilusão para aparecer e produzir conteúdo na mídia, mas isso conteúdo é reduzido para apenas informativo, e não propostas que constroem a realidade social, evitando a realidade atual do Estado cuja eventos exigem um comunicador ético.

Conclusões

Os meios de comunicação, especialmente a imprensa, são o principal campo de trabalho daqueles que participaram desta pesquisa, mas, ironicamente, não percebem um bom trabalho e futuro econômico. Entre as atividades que considerem a ser realizada, são a entrevistas e escrevendo notas informativas e dirigir os vários programas na mídia eletrônica. Apesar de mencionar outros campos de atuação profissional, estejam relacionadas com a produção de cinema, televisão e rádio.

Há ignorância sobre o perfil pós-graduação estabelecido pela Faculdade de Comunicação e Marketing para que obtenha um diploma de bacharel em ciências da comunicação, por isso, afirma-se que neste momento os alunos não têm idéia clara do que eles vão fazer quando se formarem. Além disso, a realidade social e econômica do estado de Guerrero contribui pouco para o mercado de trabalho, embora eles pensam que não só trabalham na mídia e na imaginação de trabalho da maioria é a aventurar-se nestas indústrias.

Salienta que trabalham nos meios de comunicação, especialmente na televisão é o que faz grau notável, uma vez que este meio eo rádio são o que influenciou sua decisão de estudar a corrida. Portanto, a televisão é o campo que tem maior trabalho e futuro econômico. O filme, fotografia, relações públicas, também percebida como uma oportunidade de carreira. O ensino ea comunicação organizacional são campos com mão de obra mais baixos e futuro econômico.

Um fato importante que reforça o trabalho imaginária em direção a mídia é quando eles mencionam que o interesse e gosto para esta foi a razão pela qual eles tiveram que escolher o grau. Conclui-se que a imaginação de trabalho limitada da corrida, porque eles não sabem muito das unidades de aprendizagem de desempenho no trabalho bloqueia orientações estabelecidas no currículo existente desde 2011, que são: Comunicação Organizacional e Relações público, Audiovisual Comunicação e Jornalismo.

Eles também apresentam desinformação completa sobre todos os conhecimentos que caracteriza o grau em Ciências da Comunicação na Universidade Autónoma de Guerrero, assim como a corrente comunicador realidade profissional em um mundo globalizado.

Podemos dizer que há um risco latente de não saber o perfil pós-graduação e do currículo, só pode funcionar no local de trabalho que imaginar e, portanto, continuar a saturação do mercado em relação aos meios de comunicação, ou ao realizar trabalhos que não estão relacionados com o que tem sido estudado e longe do que é atualmente na demanda. Outro cenário é deixar o corpo docente e aumentar as taxas de abandono quando percebem que o grau não é sinônimo de trabalhar na mídia.

Neste contexto, e sem exagero, podemos dizer que os sujeitos do estudo não se registrou com a melhor informação, devido, eles não investigar boa sobre a competição dele, e também que a informação que eles têm é errado ou não, uma vez que referem em suas respostas.

Em conclusão, eles percebida como uma carreira atraente mas o risco não rentável e futuro do desemprego e da informalidade. Além disso, a prática está saturado e é "perigoso" para exercer no Estado de Guerrero. Apenas uma minoria aspira a criar a sua própria empresa.

Apesar de mencionar outros campos de trabalho, em sua imaginação é a prática na mídia. Para alguns homens, mesmo seu imaginário é a emigrar para outros estados ou no exterior.

Portanto, pode-se mencionar que formaram seu imaginário da ilusão para aparecer e produzir conteúdo na mídia, mas tal conteúdo é reduzido apenas para informativa, não há propostas sociais reais que contribuem para a construção de um comunicador ético.

Bibliografía

- Área de Información y Estadística (2014). Anuario Estadístico 2014-2015 (1ª ed.) [CD-ROM]. Chilpancingo, Guerrero: Universidad Autónoma de Guerrero.
- Berganza, M.R y Ruiz, J.A. (2005). Investigar en Comunicación. Guía Práctica de Métodos y Técnicas de Investigación Social en Comunicación. España: McGraw Hill.
- Benassini, C. (2002). El imaginario social del comunicador: una propuesta de acercamiento teórico. *Razón y Palabra*, (25). Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n25/cbenassini.html>
- Castro, I. (2002). Los Estudiantes de Comunicación y el Imaginario Laboral. Un estudio introspectivo. *Razón y palabra*. (25). Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n25/icastro.html>
- Galindo, J. (2008). *Comunicación, Ciencia e Historia*. México: McGraw Hill.
- Hernández, S.R., Fernández C.C., Baptista, L. M, (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana, p 755.
- Lozano; J.C. (2007). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. México: Pearson Educación.
- McQuil, D. (2001). *Carácter Social de la Experiencia de la Audiencia. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. México: Paidós.
- Platt, R. (2005). *Comunicación: de los jeroglíficos a los hipervínculos*. México: Altea.
- Pintos, J. (2014). Algunas precisiones sobre el concepto de imaginarios sociales. *Revista Latina de Sociología*, 1(4) Recuperado de: revistas.udc.es/index.php/RELASO/
- Pintos, J. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10 (29), 7-9. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/279/27910293.pdf>

Universidad Autónoma de Guerrero, UACOM (2016). Plan de estudios. Recuperado de <http://uacom.uagro.mx/comunicacionplan.html>

West, R. y Turner, L. (2005). Teoría del medio. Teoría de la Comunicación. España: McGraw Hill.

Currículums

Mónica Violeta Morales Jiménez

Licenciada en ciencias de la comunicación por la Universidad Autónoma de Guerrero, maestra en mercadotecnia por el Instituto de Estudios Universitarios de la Ciudad de Puebla y doctora en proyectos por el Centro Panamericano de Estudios Superiores de Morelia, Michoacán. Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de Guerrero adscrita a la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia. En la Facultad es pionera de los estudios sobre imaginario laboral en los medios de comunicación. Ha publicado artículos y memorias en extenso sobre la línea de generación y aplicación de conocimiento: comunicación y sociedad de la misma Facultad. Productora de programas y contenidos para el medio radiofónico, tallerista sobre Media training.

Aleida Tello Divicino

Licenciada en ciencias de la comunicación por la Universidad Autónoma de Guerrero, maestra en comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y doctora en comunicación social en la Universidad de la Habana, Cuba. Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de Guerrero

adscrita a la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia donde es coordinadora del cuerpo académico comunicación, género y participación social. Cuenta con el reconocimiento de perfil deseable Prodep desde el 2005. Ha sido responsable de diferentes proyectos de investigación en el área de comunicación educativa y colaboradora en otros con enfoque multidisciplinario en promoción de la salud y violencia de género. Ha publicado artículos y participado en libros colectivos de acuerdo a la línea de generación y aplicación de conocimiento: análisis de los procesos comunicativos, género y participación social. Es miembro de la Asociación Nacional de Investigadores de la Comunicación.

Samuel Bautista Nava

Licenciado en economía, maestro en ciencia, área: educación Superior por la Universidad Autónoma de Guerrero. Docente de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Guerrero, adscrito a la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia. Participa en la línea de investigación: análisis de los procesos comunicativos, género y su impacto en la participación.

Ángel Carrillo Chora

Licenciado en economía por la Universidad Autónoma de Guerrero y maestro en ciencias de la comunicación por la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, Cuba. Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma de

Guerrero, adscrito a la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia, donde contribuye con proyectos en la línea de investigación y generación de conocimiento: "Comunicación y Sociedad". Ha publicado los artículos: "Estrategias de comunicación para el cuidado del medio ambiente en la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia" y "Auditoría de medios de comunicación en el Estado de Guerrero".