



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

**PERFILES
EDUCATIVOS**

ISSN 0185-2698

Castillo Ochoa, Emilia, Tapia Fonllem, Manuel (1997)

**“LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES
ANTE LOS NUEVOS RETOS”**

en Perfiles Educativos, Vol. 19 No. 75 pp. 64-70.



**Centro de Estudios
sobre la Universidad**

iresie

Banco de Datos sobre Educación

LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES ANTE LOS NUEVOS RETOS

Emilia CASTILLO OCHOA

Manuel TAPIA FONLLEN*

Ante los nuevos retos de competencia que plantea a las universidades mexicanas el nuevo contexto económico y social, los autores reflexionan aquí sobre el papel que ha desempeñado y debe desempeñar la ciencia de la comunicación, así como sobre su campo académico y su perspectiva futura.



THE TRAINING OF MEDIA COMMUNICATORS IN THE FACE OF NEW CHALLENGES. Considering the challenges of competition with the new economic and social context has brought to mexican universities, the authors reflect on the role the study of communications media has played so far, and the one it should play in the near future, as well as on its academic field and its future perspectives

El presente trabajo** tiene como objetivo realizar una serie de reflexiones sobre:

- Los retos de la ciencia de la comunicación como profesión ante nuevos cambios económicos, sociales y tecnológicos;
- la situación actual del campo académico de la ciencia de la comunicación y su perspectiva futura;
- el cambio profesional y las prácticas profesionales emergentes del comunicólogo.

Es indudable que las nuevas relaciones económicas y políticas que se están estableciendo y que se establecerán en el futuro a nivel mundial, generarán necesidades derivadas de la competencia entre los países y los bloques comerciales. En particular, las universidades mexicanas deberán entablar una competencia con las Instituciones de Educación Superior (IES) de otros países, lo cual requiere que iniciemos un análisis de su situación actual, que nos conduzca a identificar sus principales problemas y la manera de encarar esa competencia de la mejor forma posible.

En nuestro caso, abordaremos algunos problemas y retos que enfrenta la ciencia de la comunicación como una forma de contribuir al análisis de la situación que guardan las IES en nuestro país. De ningún modo pensamos que este análisis es exhaustivo, sino sólo un punto de partida que se verá enriquecido con la de otros investigadores en este campo del conocimiento.

* Miembros de la Academia de Comunicación y Educación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora.

** Ponencia presentada en el Coloquio de Otoño Tradición y Modernidad en la Sociedad Mexicana en el Umbral del Siglo XXI. <<El punto de vista de las Ciencias Sociales>>, organizado por la División de Ciencias Sociales de la Universidad de Sonora, del 27 al 29 de noviembre de 1996.

A continuación describiremos nuestras reflexiones sobre los tres aspectos que ahora nos interesan, para llegar a posibles propuestas para el futuro de la formación.

Los retos de la ciencia de la comunicación

La década de los años ochenta y el primer lustro de los noventa han sido escenario de profundos cambios geopolíticos y económicos a nivel mundial, que se manifiesta, por ejemplo, en la recomposición política europea, a raíz de la caída del Muro de Berlín. Por otro lado, los procesos de integración económica arrojan como resultado el surgimiento de economías continentales, de suerte que actualmente pueden ubicarse tres grandes polos de desarrollo económico: la Cuenca del Pacífico, la Comunidad Económica Europea y el Área de Libre Comercio de América del Norte. Este reordenamiento económico asigna un papel de marginación y pasividad ante los procesos económicos a todas aquellas naciones y pueblos que están fuera de la integración y cuya función será proveer energéticos y participar con mano de obra en la segmentación internacional del proceso productivo. Otro aspecto importante a destacar es el vertiginoso desarrollo de los sectores punta en la investigación tecnológica, como en la biotecnología, microelectrónica, ciencia espacial, telemática, robótica, etc.

Los procesos de integración económica van acompañados de acelerados adelantos en el desarrollo de la tecnología de punta, lo cual ha permitido potenciar ventajas de la integración. En el caso de nuestro país, se han combinado diversos factores tanto de orden interno como externo en el camino recorrido hacia la participación en el área de libre comercio de América del Norte. El sustento ideológico de la política económica desde mediados de la década de los ochenta, orientó la actividad económica hacia la apertura comercial, pero además, a justificar e implantar el adelgazamiento del aparato estatal. En enero de 1994 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos y se consolidó el sueño de pertenencia al Primer Mundo. El texto original del Tratado establecía una apertura gradual para el sector de comunicaciones, sin embargo, a raíz de los "errores de diciembre" y los reajustes hechos a la economía mexicana para lograr la superación comercial, estabilidad cambiaria, baja inflación, etc., fue necesario también readecuar los marcos normativos relativos a la inversión extranjera, sectores estratégicos y Rectoría del Estado para que las privatizaciones continuaran aportando recursos al erario público. En este sentido, aunado a los vencimientos de los plazos para la apertura en transporte transfronterizo y larga distancia internacional que entrarán en vigor próximamente, tendremos las modificaciones al artículo 28 constitucional y a la ley de inversión extranjera, a partir de los cuales se ha iniciado la desincorporación de puertos y aeropuertos, ferrocarriles y comunicaciones satelitales. Particularmente alrededor de este último sector se ha presentado durante el actual año una de las luchas más grandes por controlarlo.

La urgencia del gobierno mexicano de obtener recursos mediante la concesión a particulares, los anteriormente considerados sectores estratégicos de la economía mexicana, origina en estos un fenómeno nunca antes visto en México en materia de comunicación y fusiones y alianzas y estratégicas entre nacionales y extranjeros. El objetivo es obtener o ampliar su presencia en el mercado mexicano y latinoamericano de la comunicación, donde el eje que se perfila son las comunicaciones satelitales. Esto se manifiesta ya en la ampliación de algunos servicios como radiolocalizadores (paging bipper), los Sistemas personales de Comunicación (PCS), digitalización en la banda UHF, radiodifusión, transmisión de datos, telefonía, etc., lo cual está haciendo posible que varias empresas diversifiquen sus servicios financieros, comerciales y educativos, entre otros. Hemos presenciado algunas manifestaciones de estas tendencias con la alianza TELMEX-CABLEVISIÓN o la disputa TELEVISIA-MULTIVISIÓN por la concesión de canales de la banda UHF.

Una de las conclusiones que se derivan de lo anterior, es que el escenario y los actores de la comunicación, en México están modificándose muy rápido pero no precisamente conforme a un diagnóstico de necesidades de la comunicación en el país, y en aras de fortalecer la cultura, la educación o la integración e identidad nacional. Como complemento de estas tendencias, los requerimientos de profesionistas que se desempeñen en estos sectores redimensionados, estarán enmarcados en la exigencia de una formación académica más profesionalizada y competitiva, para que su participación en los medios, tecnológicamente cada vez más desarrollados competitivos y con cobertura más amplia, responda a las expectativas de los empleados.

La sociedad mexicana estará seguramente en espera de ver cumplidas sus expectativas tanto de formación como de entretenimiento, ya que cada día aumenta el reclamo de mayor apertura en los medios. Sin embargo, resulta aventurado en este momento predecir el efecto de la nueva dinámica comercial modernizadora y de integración horizontal sobre la sociedad mexicana. Aquí cabría preguntarse si nuestra sociedad está preparada para asimilar estos cambios y hacia dónde se espera que se orienten.

La permanencia de la crisis económica ha volcado la inconformidad social no a las calles, sino al voto de castigo en contra del partido oficial, y eso es entendible en la medida que las prioridades no son la recuperación de los niveles de vida de la población, por el contrario, la lógica oficial da prioridad al mantenimiento de las grandes variables macroeconómicas, independientemente de los costos sociales.

Ante la imposición de este panorama, las instituciones de educación superior deben replantearse el sentido de la función en torno a la formación profesional de sus egresados.

En la siguiente sección analizaremos algunos aspectos del campo académico de las ciencias de la comunicación y sus perspectivas, así como el campo profesional y las prácticas profesionales del comunicólogo en el futuro.

Situación actual y perspectiva futura

Institucionalización de la enseñanza de la educación

Las escuelas pioneras de periodismo en instituciones de educación superior surgen en Estados Unidos de Norteamérica en la primera década del siglo xx. En América Latina, las escuelas de comunicación nacen en Brasil y Argentina en los treinta, respondiendo primeramente a la necesidad de formar profesionistas para la información periodística, y posteriormente para laborar en los medios de comunicación en general.

En los años cincuenta existían en América Latina trece escuelas de periodismo. En 1988 aumenta a 207 el número de facultades, y en 1990 existían 224 escuelas. México ocupa el primer lugar en cuanto al número de escuelas, Brasil el segundo. El desarrollo de las escuelas siempre estuvo acompañado de una matrícula masiva y falta de definición pedagógica para la transmisión de contenidos. Se contrataban docentes sin experiencia en la disciplina, pues lo importante ante las exigencias de las nuevas estructuras que se presentaban en las IES¹ era contar con un título profesional; la experiencia en el campo de la comunicación, era un requisito secundario.

En México, las primeras escuelas de periodismo se constituyeron en los cuarenta, y desde 1960 se les dio el nombre de escuelas de ciencias de la comunicación.

El crecimiento de las escuelas de comunicación en México tuvo un desarrollo expansivo en los ochenta, ya que creció el número de instituciones que la ofertaban, públicas y privadas, y el número

de profesores.² Pero lo anterior no ha ido a la par con la consolidación disciplinaria profesional, como lo muestran otras carreras que tienen mayor tradición,³ se reconoce <<que está lejos de alcanzar un nivel de maduración cualitativa en su constitución disciplinaria, en sus estrategias pedagógicas y en su aporte socio profesional, correspondiente con su expansión cuantitativa>>.⁴ Los diferentes autores coinciden en que el desarrollo cuantitativo no ha ido a la par con el desarrollo y consolidación cualitativa de la disciplina y de la profesión, por lo que es una de las ciencias sociales en proceso de institucionalización, legitimación, lo que impide compararla por especificidades propias con otras ciencias que han tenido un desarrollo más sólido.

El crecimiento de las escuelas de comunicación se ha dado unido al crecimiento de la matrícula. En 1991 ocupó el décimo lugar entre las profesiones de mayor matrícula del país, con 26 393 estudiantes inscritos.⁵

Referente a los académicos, Adrián de Garay registra en 1991, 82 instituciones de educación superior que impartían la licenciatura de ciencias de la comunicación, de las cuales 20 (24.4%) eran públicas y 62 (75.4%) eran privadas. Éstas desarrollaban sus funciones con un total de 2776 plazas académicas, de las cuales 1042 (37.5%) se ubican en las instituciones públicas y 1734 (62.5%) en las del sector privado. Esto indica un mayor número de contratación de académicos, se advierten algunas diferencias importantes que a continuación señalamos.

Con contrato de tiempo completo, había 451 (16.2%), medios tiempos 219 (7.9%), por horas había 2106 (75.9%), siendo esta última el tipo de contratación dominante. Si clasificamos por sector y tipo de contrato a los académicos: en el público 246 (23.6%) tiempos completos, y en el privado, 205 (11.8%); medios tiempos, 63 (6.6%) en el sector público y 156 (9.0%) en el sector público y 156 (9.0%) en el privado. Contratados por horas se encontraron 733 (70.4%) en el sector público, y en el privado, 1373 (79.2%).⁶

Con lo anterior se observa que, al igual que las instituciones y la matrícula, el número de académicos aumentó en las escuelas de comunicación dominando el maestro contratado por asignatura, quien está a cargo de manera directa de la formación de profesionales de la comunicación, ya que este tipo de académicos atiende fundamentalmente la actividad docente.

Campo académico de la ciencia de la comunicación

Algunos autores señalan que si bien es cierto el desarrollo de la ciencia de la comunicación, pasó de una fase de incipiente fermentación a una fragmentación, no podemos negar que muestra algunos avances diferentes al periodo de su surgimiento. Creemos que este desarrollo fragmentado repercutió en el campo, en la disciplina y en la profesión de la comunicación, afectando y determinando la situación actual, fundamentalmente de la institucionalización académica y el campo académico.

Hablar de campo académico de la comunicación en México es hacer referencia a lo que en el presente lo conforma, que es la institucionalización escolar y el mercado estudiantil, es decir, la licenciatura y su matrícula, ya que ambos son los aspectos más nítidos y presenciales del campo.

Las condiciones del desarrollo del campo académico no han sido favorables si entendemos que éste está definido y conformado, según Fuentes Navarro, como el conjunto de las instituciones en que se estudia la comunicación a nivel superior. Incluimos en él la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, y centramos el concepto en las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos, sujetos individuales y colectivos, con el fin de impulsar proyectos sociales específicos: en este caso estructuras de conocimiento y pautas de intervención sobre la comunicación social de nuestro país.⁷

El campo académico, por lo tanto, hará referencia también a las prácticas que son realizadas por académicos de instituciones de educación superior, con el propósito de intervenir en la transformación de las prácticas académicas, tendrán como objetivo: la generación, difusión, promoción y reproducción de conocimientos sobre la comunicación.⁸

Podemos concluir que, en el caso de México, el campo académico de la comunicación se legitima e institucionaliza en la profesión de la comunicación, es decir, en la licenciatura, de la cual han egresado 27 600 alumnos.⁹ Por ello afirmamos que el campo académico no está determinado por el desarrollo de la investigación, ni por el avance de la profesionalización, ya que los posgrados en la disciplina en el país son pocos, y la investigación avanza, pero no proporcionalmente al ritmo del desarrollo cuantitativo de las escuelas de comunicación y la matrícula.

Se considera que la investigación y la profesionalización son importantes porque a mayor consolidación, mayor legitimación del campo.¹⁰ Así, dentro de la legitimación del campo académico de la comunicación, son los sujetos que conforman las instituciones educativas quienes podrán orientarla y consolidarla, y hacemos referencia a las comunidades académicas de las escuelas de comunicación, que en el caso de México pertenecen tanto al sector público como al privado. Las plantas de académicos deberán ser mejoradas en sus condiciones laborales, sus niveles de profesionalización, ya que en ellos recae la responsabilidad del desarrollo del campo, la disciplina y la profesión, así como la formación de profesionistas de la comunicación con mayores grados de especialización, más socialmente y transformadores.

Por lo anterior, creemos importante y necesario la elaboración de diagnósticos del campo académico, específicamente de lo referido a planes de estudio y currículo, mercado de trabajo y prácticas profesionales de las escuelas de comunicación.

En la actualidad, los estudios diagnósticos se realizan para conocer el presente y proyectar las tendencias futuras, según los nuevos cambios que se presentan en el contexto de la modernidad. Éstos son el objetivo fundamental de los organismos que en estos últimos años han pretendido organizar el campo de la comunicación, como son: el Consejo Nacional de Enseñanza e Investigación de Ciencias de la Comunicación (CONEICC), que surge en 1976 y agrupa a la mayoría de las escuelas de comunicación en México; la Asociación Mexicana de Investigación en Comunicación (AMIC), que nace en 1979. Por otra parte, estaría la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), federación de nivel internacional que, a partir de los ochenta, apoya a CONEICC financieramente y con directrices sobre la forma de organizar el campo y abordar su problemática académica con el fin de lograr su desarrollo. Hoy día, se conoce a través de las discusiones y de los pocos diagnósticos de FELAFACS, CONEICC y, en menor medida, de AMIC, la situación del campo, que lo podemos resumir en los siguientes aspectos:

- Se institucionaliza y legitima por el crecimiento de instituciones que ofertan la licenciatura y la masiva demanda estudiantil.
- No se ha legitimado por el avance epistemológico de la ciencia de la comunicación.
- No se legitima con base en la investigación y la profesionalización, ni en la existencia de posgrados en la disciplina.
- Dentro del Sistema Nacional de Investigadores, catorce investigadores a nivel nacional se encuentran dentro del programa.
- Las publicaciones tienen un índice bajo y se han gestado en los pocos centros de investigación que existen a nivel nacional.

- Las plantas académicas se caracterizan por tener predominantemente nivel de licenciatura y condiciones laborales no favorables, ya que la forma de contratación que predomina es el profesor de asignatura, cuya función básica es la docencia.
- Los perfiles profesionales de los académicos son heterogéneos y no se ha aprovechado la interdisciplinariedad.
- Se conoce el número de alumnos inscritos y de egresados, pero no son funciones profesionales y sociales, para lo que fueron formados durante cuatro años de licenciatura, por lo que se hace cada vez más necesario la investigación sobre el seguimiento de egresados y prácticas profesionales.

De la situación actual del campo, coincidimos con otros autores en que existe la imperiosa necesidad de conocer el presente y proponer soluciones para el desarrollo del campo, que nos permita, a partir del conocimiento de nuestro pasado y el reconocimiento del presente, reconstruir una perspectiva posible dentro del campo académico, cuyo compromiso fundamental recae en las instituciones: funcionarios, académicos y estudiantes, así como en los organismos, que a su vez organizan y agrupan a los sujetos de esta comunidad relacionándola entre sí con otros contextos regionales, nacionales e internacionales, que son la función de CONEICC, AMIC y FELAFACS.

El campo profesional y las prácticas emergentes del comunicólogo

En cuanto a la historia de las escuelas de comunicación, es importante señalar que, para la formación de comunicadores en América Latina y en el caso de México, se han presentado tres modelos:

- El de la formación de periodistas (década de los cincuenta).
- El comunicador como intelectual (década de los sesenta).
- El comunicólogo como científico social (década de los setenta).¹¹

Los tres modelos han pasado por diferentes décadas con una definición de formación profesional distinta, que ha correspondido a diferentes momentos y contextos sociales, económicos y políticos, como a heterogéneas concepciones académicas de la disciplina, la profesión y prácticas profesionales. Cada uno de ellos se ha concretado en diferentes planes de estudio con características prácticas, teóricas, teórico-prácticas, respectivamente.

A pesar de los diferentes modelos que han existido para la formación de comunicadores, en las escuelas de comunicación ha predominado la formación de sujetos que respondan a las prácticas profesionales y el mercado de trabajo de los medios de comunicación, ya que éstos han estado en el escenario desde antes de la institucionalización de la enseñanza de la comunicación en México.

Si bien es cierto que todo campo educativo, entendido como el conjunto de prácticas interrelacionadas entre sí, de acuerdo con la función que cumple en la división del trabajo de producción, reproducción y difusión del conocimiento, entendido ampliamente como un conjunto de saberes y habilidades,¹² responde a las necesidades y demandas de sectores sociales, en el caso de la comunicación, el campo educativo ha sido determinado por los sectores dominantes, por lo que la formación de comunicadores ha respondido a las demandas de estos sectores. Los saberes y habilidades se han explicitado en los planes de estudio determinando la especificidad, función social y función profesional de los egresados. Pero fundamentalmente, los planes de estudio se han orientado a las necesidades del mercado de trabajo, donde el mercado de trabajo y las prácticas profesionales hoy dominantes, están en los medios, en la publicidad y en los departamentos de comunicación.¹³

En la actualidad, el campo profesional del comunicólogo se diversifica y no se centra únicamente en los medios. Pese a que en los planes de estudio de las licenciaturas se sigue conservando esta idea, los alumnos ingresan a ellas por percibir su relación con los medios de comunicación, y por lo tanto la relacionan con una profesión <<práctica>>.

Pensamos que el campo profesional ha cambiado y se ha diversificado de manera más acelerada que los planes de estudio de las escuelas de comunicación, ya que se inicia un proceso de generación de prácticas profesionales emergentes del comunicólogo, que son las que deben impulsarse, como las referidas a la comunicación de las organizaciones, comunicación y cultura, cultura y desarrollo;¹⁴ en contextos de la comunicación educativa, comunicación urbana, comunicación y difusión del conocimiento científico, comunicación legal (régimen de los medios con la firma del TLC), comunicación y nuevas tecnologías comunicativas, comunicación educativa, etc., y otras prácticas más que el comunicólogo debe ejercer en el sector público, privado y social.

Sabemos que para la definición de las nuevas prácticas profesionales emergentes deberán hacerse diagnósticos que permitan redefinir las prácticas profesionales del comunicólogo, su perfil profesional y por lo tanto los planes de estudio, y tal vez pueda llegarse a formalizar la figura del profesional de la comunicación en las instituciones de educación superior y exista una distinción profesional entre los que ejercen prácticas propias de la comunicación sin poseer un título profesional y aquellos profesionales de la comunicación que lo tienen legalmente expedido por una institución educativa.

Creemos que es una tarea difícil, ya que las tendencias del mercado, las demandas de los empleados, así como las necesidades sociales de la comunicación no son estables, sino que están en una dinámica de cambio constantes, lo que dificulta que la enseñanza profesional coincida con las demandas del mercado de trabajo. Asimismo, los avances tecnológicos que surgen día a día, se presentan de una manera más acelerada, que rebasa la posibilidad que tiene una carrera de comunicación de ofertar un nuevo plan de estudios con un perfil profesional acorde a estas necesidades. Esto no debe desalentar, sin embargo, la proyección al futuro de nuestra profesión, de nuestros profesionales y de sus prácticas profesionales.

Formación

Las escuelas de comunicación en América Latina y México tienen como reto fundamental la revisión y reestructuración de sus planes de estudio, con el objeto de formar comunicadores con nuevos perfiles profesionales y por lo tanto con prácticas profesionales emergentes que permitan la competitividad de los profesionistas de la comunicación dentro de los nuevos esquemas económicos, políticos y sociales.

Retos de la formación de comunicadores

Las escuelas de comunicación incorporadas a CONEICC tienen como proyecto prioritario la evaluación diagnóstica de sus planes de estudio; al respecto existen en la actualidad avances representativos.

La respuesta de CONEICC para la autoevaluación de las instituciones adscritas al Consejo, expresada en un documento titulado: <<Criterios mínimos para la autoevaluación de las instituciones adscritas al Consejo>>, se basa en una metodología común que ha sido desarrollada para dicho diagnóstico y evaluación de manera particular en cada escuela y según sus propias características, para lo cual se evaluaron tres rubros: política educativa, proyecto educativo y organización, planeación y evaluación académica.

Creemos que una vez que se concluyan los diagnósticos citados, las instituciones formadoras de comunicadores podrán tener nuevas propuestas argumentativas para la reestructuración de sus planes de estudio y la elaboración de un perfil profesional prospectivo de sus egresados.

Perfil profesional

Al considerar que el perfil profesional es conceptualizado como <<los conocimientos, habilidades y aptitudes requeridas para el desarrollo de las prácticas de un campo profesional del futuro profesionista de la comunicación debe capacitar al comunicólogo en:

- Formación en investigación para que contribuya a la solución de problemas de comunicación en su sociedad.
- Formación teórico-técnica.
- Sólida formación metodológica.
- Capacidad de análisis y crítica.
- Conocimiento y manejo de los nuevos soportes comunicativos.
- Conocimiento de la dinámica del entorno social.
- Conocimientos y habilidades para la formación de comunicadores.
- Conocimiento y herramientas que le permitan incursionar en las nuevas tecnologías.
- Desarrollo de habilidades como sujetos emprendedores y visionarios.
- Conocimientos, habilidades y aptitudes adquiridas a través de la formación recibida según un plan de estudios que les permita ser sujetos que puedan incursionar en los nuevos campos profesionales y laborales de la comunicación.

Como ya se señaló, los campos profesionales se han diversificados en una mera relación, iniciando un proceso de prácticas profesionales emergentes del comunicólogo las cuales se indicaron anteriormente y son las que se deben incorporar en los nuevos planes de estudio, con la finalidad de orientar los perfiles profesionales hacia esas nuevas prácticas.

Por otra parte, consideramos que será responsabilidad de las instituciones formadoras de comunicólogos, el evaluar constantemente planes de estudio y perfil profesional, así como también proyectar la profesión hacia prácticas emergentes, entre otros aspectos a ser considerados.

A manera de conclusión, consideramos que las nuevas prácticas profesionales no sólo se presentan debido a la diversificación de las áreas del mercado de trabajo, lo cual obedece a nuevas necesidades de comunicación de los sectores público y privado, sino también debido al acelerado desarrollo tecnológico, lo cual se manifiesta en nuevas formas de hacer comunicación. De ahí que el reto actual en la formación de comunicadores debe partir de precisar en qué consisten y cuáles son estas nuevas prácticas y cuál debe ser el nuevo perfil profesional que se requiere.

NOTAS

- ¹ Barber Jesús Martín, <<Análisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular>>, en revista Diálogos de la Comunicación, No. 19, FELAFACS, ENERO DE 1988:24-28.
- ² Fuentes Navarro, Raúl. <<La institucionalización del campo académico en México y Brasil: un primer acercamiento comparativo>>, en Anuario de la Investigación de la Comunicación (CONEICC). México, 1994:112.
- ³ Luna Cortez, Carlos <<Enseñanza de la comunicación. Tensiones y desencuentros>>, en el Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva. México, Conaculta/ITESO, 1995:133-155.
- ⁴ Luna Cortez, Carlos, <<Estrategias curriculares y mediaciones metodológicas>>, en Campo académico de la comunicación: ...op. cit.: 204.
- ⁵ Gago Huguet, Antonio; cita según Anuario de ANUIES de 1990, la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación ocupa el décimo lugar entre las escuelas que tenían mayor número de alumnos. <<Ejes de la reforma: calidad y pertinencia>> en revista Universidad Futura, volumen 4, número 10, 1992.
- ⁶ De Garay, Adrián, <<La profesión académica en México. Una compleja diversidad: los académicos de la comunicación>>, en Generación de conocimientos y la formación de comunicadores. VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Editorial Coroso, 1992:43-60.
- ⁷ Fuentes Navarro, Raúl, <<La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones>>, en Campo académico de la comunicación : ...op. cit.:70.
- ⁸ Ibidem:70.
- ⁹ CONEICC. Catálogo de investigación de comunicación en México. 1991
- ¹⁰ Véase al respecto Fuentes Navarro, Raúl, <<La institucionalización del Campo Académico en México y Brasil...>>, op. cit.
- ¹¹ Véase al respecto Fuentes Navarro, Raúl, <<La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación ...>>, op. cit.:70.
- ¹² Mier, Luis Javier, <<Notas sobre la profesión comunicativa>>, en ciencias de la comunicación (Serie Las Profesiones en México, No. 5, UAM-X), 1990:38.
- ¹³ Véase al respecto Fuentes Navarro, Raúl. <<Prácticas profesionales y utopía universitaria: notas para repensar el modelo de comunicador>>, en Diálogos de la Comunicación. (FELAFACS) no. 432, 1991:37-42.
- ¹⁴ Galindo, Jesús <<Presentación>>, en Campo académico de la comunicación..., op. cit.:26.