



La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano: sus ámbitos de desempeño

César Sánchez Olavarría

cesar_ari@hotmail.com

Mariela Sonia Jiménez Vásquez

msjimenez06@hotmail.com

Universidad del Altiplano
Universidad Autónoma de Tlaxcala

Resumen

En el presente estudio se analiza la práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano, institución de educación superior ubicada en el estado de Tlaxcala. Para el diseño del instrumento y el análisis de resultados se consideraron dos categorías: el número de empleos y el empleo actual que fueron analizados a partir de indicadores como el lugar de trabajo, los cargos desempeñados y las instituciones. El análisis de la información ha permitido visualizar que la mayoría de los egresados de la carrera de ciencias de la comunicación desempeñan labores relacionadas con su formación, indicador favorecedor para la formación profesional de los egresados de la UDA, ya que se han encontrado evidencias en otros estudios de que un número considerable de egresados no laboran en empleos relacionados con su formación. En respuesta a las tendencias del mercado de trabajo, se encontraron también ámbitos de desempeño profesional en los que los egresados realizan actividades indirectamente relacionadas y no relacionadas con la formación profesional.

Palabras clave: Trayectorias profesionales, práctica profesional, formación, comunicación, egresados



Planteamiento del problema

Actualmente, las exigencias de la globalización, la sociedad moderna y el mercado laboral, así como los vertiginosos cambios en las comunicaciones, el comercio y la competencia educativa a nivel superior están afectando las instituciones de educación superior. El mundo de hoy en día requiere IES de calidad basadas en el desarrollo y mejoramiento de los contenidos, métodos de enseñanza y docentes, así como también, de actividades profesionales que implican cultura, ciencia, política, relaciones sociales, o autoempleo.

Es en este sentido que el egresado de ciencias de la comunicación se enfrenta a un mercado de trabajo común con otras carreras, pero que requiere de mayores exigencias de cualificación, constituyendo una problemática a la que se enfrentan los egresados. Las IES siguen ofertando una formación tradicional de comunicadores que no responde a las exigencias de mundo actual, por lo que se reducen las opciones de empleo ya que egresados de carreras afines también están peleando dicho puesto.

Algunos empleadores que conocen las características y la formación del comunicador señalan que los egresados no están dotados de los conocimientos, competencias y habilidades requeridas para formar parte de su empresa al ser comunicólogos generales, pero no especialistas en publicidad, diseño, relaciones públicas, fotografía, entre otros campos. Lo anterior evidencia una grave falta de vinculación entre la universidad y el mercado laboral, debido a la incongruencia de algunas instituciones por la promoción de campos saturados en la comunicación.

De la problemática anterior se desprenden las siguientes interrogantes ¿Dónde se desempeña profesionalmente el comunicador? ¿Qué actividades realiza en el mercado laboral? ¿Qué cargos ocupa? ¿Existe relación entre el empleo y su formación? Dichos cuestionamientos son el eje central de este reporte de investigación que tiene como objetivo analizar el comportamiento del comunicador en el campo laboral tomando en consideración sus ámbitos de desempeño.



Esquemas de formación profesional del comunicador

Desde la aparición de la carrera de comunicación, se han desarrollado varias orientaciones en la enseñanza de esta licenciatura. Estos modelos tienen su origen en las escuelas de periodismo, no obstante, en la segunda mitad del siglo XX, con la aparición de la radio y sobre todo de la televisión como medios hegemónicos, se hacía necesario ampliar la visión del periodismo con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado en ese momento. Este hecho trajo como consecuencia que las IES se adaptaran al nuevo mundo de las comunicaciones. Fuentes (1999) sostiene que existen tres modelos vigentes de formación del comunicólogo: a) formación de periodistas, b) comunicador como intelectual y c) comunicólogo como científico social.

El primer modelo destaca la comunicación como difusión y producción de mensajes y se desarrolla en la década de los 50s. Ha tenido como propósito la incidencia político social a través de la conformación de la opinión pública, por lo que se considera un enfoque técnico pragmático. La formación de periodistas en ese tiempo respondía a una demanda restringida y determinada por el mercado laboral, lo cual permitía una fácil inserción de los egresados en el mercado de trabajo. A este respecto, Chong (2006) destaca que este modelo prioriza la producción de mensajes, ya que tiene su fundamentación en la comunicación como difusión.

Fuentes (1999) afirma que el segundo modelo, que se ubica en la década de los 60s, se centra en un manejo competente y responsable de los contenidos de los medios y subordina la preparación técnica a la cultural para formar sujetos capaces de impulsar, a través de los medios de difusión, la transformación de la dinámica cultural. Hernández (2004) agrega que este modelo se fundamenta en una sólida base intelectual que tiene su origen en las humanidades (Historia, filosofía y artes), lo cual sirve como detonante para la difusión del manejo responsable y competente de los contenidos vertidos en los medios de comunicación, aunque sin descuidar los aspectos tecnológicos que funcionan como herramientas de acceso a la información.



La tercera etapa del comunicador como científico social se ubica en la década de los 70s. De acuerdo con Fuentes (1999), en este periodo se habla de la necesidad de un reordenamiento de la comunicación social con la finalidad de que permita develar el carácter ideológico de los mensajes. Desde esta posición, se pretende abandonar la formación instrumental y la habilitación profesional para enfatizar el estudio de las prácticas y sistemas de comunicación desde niveles teóricos y epistemológicos más abstractos. Se dedica a observar fenómenos de la comunicación y la información en sociedad. A este respecto, Chong (2006) puntualiza la necesidad de crear una comunicación social que dé seguimiento al encuentro del carácter ideológico de los mensajes.

La variedad de modelos precedentes evidencia un vacío en la formación de comunicadores, puesto que aún en la actualidad el modelo hegemónico es la formación de periodistas para los distintos medios. No obstante, éste ha evolucionado hacia el periodista digital, el cual encuentra que obtener la información es bastante accesible, pero validar las fuentes y analizarla para determinar lo verdaderamente importante de lo accesorio, requiere de procesos cognitivos complejos.

Expectativas y realidades de los estudiantes de comunicación

Los alumnos de nuevo ingreso llegan a la licenciatura de comunicación por la fuerza de atracción que provoca trabajar en la televisión, la radio, el cine o los medios impresos. No obstante, conforme avanza en la carrera, esta atracción se va desvaneciendo al darse cuenta que los espacios laborales en los medios son extremadamente reducidos y la tecnología que se utiliza en esos espacios no se compara con la que pueden alcanzar las escuelas de comunicación. Este hecho contribuye directamente a los bajos salarios, al cierre de medianas y pequeñas empresas donde laboran y al creciente desempleo.



En este sentido, Guzmán (1994) sostenía que la gran cantidad de escuelas de comunicación, la moda de los medios de comunicación y la atracción hacia las grandes personalidades de la farándula y la política contribuyeron a la saturación de mercado. Los estudiantes de comunicación construyen su concepción acerca de la carrera, lo que ellos esperan y desean de ella, es decir, cuáles son los motivos cognitivos que los llevan a esta selección y en qué rubro se vislumbran trabajando a futuro. Esta percepción es construida socialmente en un momento previo al ingreso universitario o en los primeros semestres de la carrera. A diferencia de los estudiantes de último año, quienes han desarrollado, según Pintos (2001), las herramientas cognitivas necesarias que les permite evaluar con mayores elementos el comportamiento del mercado laboral y así formarse una visión del campo de trabajo más apegada a la realidad que se vive actualmente.

Los empleos tradicionales vinculados a los medios de comunicación están cada vez más saturados y en demanda de mano de obra más especializada, la cual sólo se forma dentro del mercado de trabajo debido al rápido desarrollo de la tecnología que no alcanza a llegar a la mayoría de las instituciones que ofertan la carrera. Este hecho obliga a los egresados a buscar fuentes alternativas de empleo como el sub empleo y el auto empleo, sacrificando su formación al desempeñarse en actividades que no tienen relación con su carrera. De acuerdo al estudio realizado por el observatorio laboral (2008), el 63.9% de los egresados de comunicación no trabajan en el área para la que fueron formados.

En este sentido, Molina (2006) sostiene que los estudiantes próximos a graduarse se enfrentan a problemas como: la falta de herramientas prácticas y actitudes no adecuadas para el trabajo en equipo, el desconocimiento sobre el estado actual de los campos laborales relacionados con la comunicación y de las áreas de práctica profesional del comunicador. Además no se tiene una idea clara sobre el tipo de comunicador que forma la carrera y sobre la especificidad del ejercicio de su práctica.



Benassini (2002) afirma que la inserción de autodidactas, sobre todo en los medios de comunicación, y la participación de egresados de otras licenciaturas en ámbitos considerados como propios del comunicador son consecuencia de la falta de profesionalización y del amplio espectro de áreas en las que un comunicador se puede desenvolver son con frecuencia más desventajas, pues encierra a los egresados en una “homogeneidad”.

Metodología

El presente trabajo forma parte de un estudio más amplio sobre trayectorias profesionales, el cual consiste en el análisis de las etapas de desarrollo profesional del comunicólogo determinadas por los ámbitos de su desempeño relacionado con los puestos, funciones, lugares y sectores que los egresados registran durante su tránsito laboral. En esta investigación se adoptó el enfoque cuantitativo utilizando como instrumento un cuestionario, el cual se repartió aproximadamente a 300 egresados de ciencias de la comunicación de la Universidad del Altiplano del periodo 1994-2003 y se recuperaron 105, de los cuales 34 sujetos son del género masculino y 71 del género femenino, lo que representa una muestra del 35%.

Para el análisis de los datos se analizaron las siguientes variables: lugar de trabajo, los cargos desempeñados y, la institución donde trabaja. Se consideraron dos momentos para el análisis de los datos: el número de empleos y el empleo actual. A partir de los indicadores mencionados anteriormente se estableció como objetivo general analizar el comportamiento de comunicólogo en el mercado de trabajo a partir de los lugares y sus ámbitos de desempeño.



La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano

El análisis de los principales espacios laborales del comunicador permitió definir tres ámbitos de desempeño de la práctica profesional: un primero, relacionado totalmente con la formación del comunicador, es decir, cuando sólo se cumplen actividades propias de la comunicación; un segundo ámbito en el que se desempeñan actividades indirectamente relacionadas con la formación, esto es, aquellas actividades que un egresado de CICOM puede realizar, pero que no fue formado explícitamente para ellas como la docencia, el diseño o las relaciones públicas; y un tercero, en el que las actividades a ejecutar no tienen relación alguna con su formación. En términos de este estudio a estos ámbitos se les denominó: 1) comunicacional, 2) indirectamente relacionado con la formación y, 3) no relacionado.

En este sentido, a continuación se presentan los resultados obtenidos de la investigación sobre la práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano (UDA). Estos se analizan en dos etapas: 1) Se analiza la trayectoria a partir del comportamiento del egresado en sus tres primeros empleos y, 2) posteriormente se hace un análisis del empleo actual.

1) Características de la trayectoria profesional

La práctica profesional de los egresados determina el grado de vinculación entre la universidad y el mercado laboral, ya que refleja si se desempeñan en las áreas en que fueron formados, así como las responsabilidades adquiridas y el grado de especialización de sus actividades. En el siguiente apartado se presentan los resultados obtenidos del análisis de la trayectoria profesional en sus tres primeros empleos.

a) Lugares de desempeño de los egresados de comunicación de la UDA

En los lugares de desempeño profesional relacionados con el ámbito comunicacional se halló una pérdida progresiva de espacios laborales de 10.37 puntos porcentuales, al iniciar con 54.10% en el primer empleo y terminar en



43.73% en el tercer empleo. Este hecho contrasta con el estudio realizado por Ayala (2008), en el cual el 71.11% de los egresados de comunicación que tienen empleo laboran en un trabajo afín a la licenciatura. Los lugares donde se desempeñan los comunicadores de la UDA se encuentran principalmente en los medios de comunicación como prensa, radio y TV, el auto empleo y las empresas relacionadas con comunicación.

La pérdida de espacios laborales relacionados con el ámbito comunicacional se refleja principalmente en prensa, televisión y empresas relacionadas con la comunicación, ya que la radio y el auto empleo relacionado presentan una pequeña ganancia de espacios. Guzmán (1994) sostiene que la idea de ingresar a los medios de comunicación como mercado laboral específico guió la elección de estos estudiantes, sin embargo, la fuerte competencia y el mercado saturado nubla su panorama laboral.

En lo que se refiere a los lugares afines con el ámbito indirectamente relacionado con la formación, se encuentra una ligera ganancia de espacios, ya que en el primer empleo se tenía un 32.29% de los egresados y en el tercer empleo un 35.41%. Aquí aparecen las instituciones educativas y las oficinas de gobierno, donde las primeras tienen un ligero descenso de 1.04%, en tanto que las segundas aumentan 4.16%. Este hecho es explicable a partir de la expansión del sector educativo en el estado, la saturación de los medios y los cambios de administración en el gobierno.

En lo que concierne a los lugares no relacionados con la formación profesional representados por el autoempleo se observan porcentajes muy similares, de 3.12% a 2.08%.



7, 8 y 9 de Octubre de 2010

Principales lugares de desempeño de los egresados de CICOM (en %)

		Primer empleo		Segundo empleo		Tercer empleo	
Ámbitos	Comunicacional	Prensa	23.95	Prensa	20.83	Prensa	14.58
		Radio	10.41	Radio	13.88	Radio	14.58
		TV	13.54	TV	5.55	TV	10.41
		Auto empleo relacionado	1	Empresa relacionada	4.16	Auto empleo relacionado	2.08
		Empresa relacionada	5.20			Empresa relacionada	2.08
		Indirectamente relacionados	Institución educativa	13.54	Institución educativa	11.11	Institución educativa
		Gobierno	18.75	Gobierno	30.55	Gobierno	22.91
	No relacionados	Auto empleo no relacionado	3.12	Auto empleo no relacionado	1.38	Auto empleo no relacionado	2.08
		Empresa no relacionada	8.33	Empresa no relacionada	11.11	Empresa no relacionada	16.66

Tabla 1. Fuente propia

b) Cargos desempeñados por el egresado de CICOM

En el rubro de los cargos relacionados con el ámbito comunicacional, el 49.99% de los egresados de la UDA ocuparon puestos relacionados con su profesión en su primer empleo, incrementándose con una significativa movilidad ascendente en el tercer empleo al ubicarse en 63.40%. Este hallazgo se opone por completo a la información obtenida por el Observatorio laboral (2008), en la cual el 63.9% de los egresados de comunicación no trabajan en el área para la que fueron formados. A este respecto, Guzmán (1994) agrega que el campo de los medios masivos de comunicación se encuentra saturado, como consecuencia de la gran cantidad de escuelas de comunicación y la opción del autoempleo se considera difícil, ya que existen grandes compañías relacionadas que abarcan todo el mercado y con las cuales sería complicado competir.



Se encontró, también, que existe una mínima movilidad hacia el autoempleo en actividades relacionadas con la formación (apenas el 1.39%), debido que las IES no ofertan programas que desarrollen las competencias necesarias en los estudiantes para elaborar proyectos o ser emprendedores Fernández (2003). Además, los empleadores afirman que los egresados de comunicación no desarrollan los conocimientos y habilidades que se requieren para laborar en la empresa Benassini (2002).

En tanto que en los cargos ocupados en el ámbito indirectamente relacionado con su formación, se observa que a medida que avanza la trayectoria, los egresados consiguen puestos directivos. Esto se muestra con la movilidad ascendente del 5.29% de los egresados al iniciar, en el segundo empleo con un 16.66% y ubicarse en el tercer empleo en 21.95%. En este sentido Guzmán (1994) sostiene que cuando los comunicadores logran superar la etapa de apoyo en el trabajo y asistencia laboral, acceden a cargos superiores. Esta movilidad ascendente también se percibe en el caso de la docencia al ocupar los egresados un 3.12% en el primer empleo y llegar al 7.31% en el tercer empleo.

En lo que se refiere a los cargos realizados dentro del ámbito no relacionado con su formación, se presenta una movilidad descendente del 19.76%, ya que en su primer empleo el 27.07% de los egresados no laboraron en lo que fueron formados, no obstante, esta situación se torna favorable en el tercer empleo, ya que el porcentaje se reduce a 7.31%. Este hecho contrasta con el estudio realizado por Molina (2006), el cual muestra que el 30% de los egresados de comunicación realizan actividades no relacionadas con su carrera.



Principales cargos ocupados (en %)							
Ámbitos		Primer empleo		Segundo empleo		Tercer empleo	
		Comunicacional	Profesionista	48.95	Profesionista	48.61	Profesionista
	Auto empleo relacionado	1.04			Auto empleo relacionado	2.43	
Indirectamente relacionado	Directivos	16.66	Directivos	15.27	Directivos	21.95	
	Docentes	3.12	Docentes	4.16	Docentes	7.31	
No relacionados	Mandos medios	15.62	Mandos medios	22.22	Mandos medios	7.31	
	Auto empleo no relacionado	2.08	Auto empleo no relacionado	1.38			
	Otros	9.37	Otros	5.55			

Tabla 2. Fuente propia

A continuación se presentan los resultados obtenidos del segundo momento de análisis: b) el empleo actual

2) Características de la trayectoria en el empleo actual

a) Lugares de desempeño laboral de los egresados de CICOM en el empleo actual

Para el análisis de resultados en el empleo actual se consideraron los mismos ámbitos de desempeño: comunicacional, indirectamente relacionados y no relacionados.

El primero comprende el 49.99% de los egresados, los cuales se desempeñan principalmente en tres tipos de medios: prensa, radio y TV, ocupando el 44.78% del total anterior. El segundo abarca el 39.58% de los egresados, quienes ganan cada vez más espacios en las instituciones educativas y las oficinas de gobierno, los cuales se constituyen como la primera alternativa de empleo después de los lugares relacionados con el ámbito comunicacional. Finalmente, los lugares de desempeño en el ámbito no relacionado ocupan el nivel más bajo de ocupación al quedar en 10.4%.



Principales lugares de desempeño profesional en el empleo actual (en %)				
Ámbitos	Comunicacional	49.98	Prensa	15.62
			Radio	13.54
			Tv	15.62
			Empresa relacionada	4.1
			Auto empleo relacionado	1.1
	Indirectamente relacionado	39.58	Institución educativa	20.83
			Gobierno	18.75
	No relacionado	10.4	Auto empleo no relacionado	5.2
			Empresa no relacionada	5.2

Tabla 4. Fuente propia

b) Ocupaciones de los egresados de CICOM en el empleo actual

En lo que respecta a los egresados en el ámbito comunicacional, se halló que el 65.22% se desempeña en puestos relacionados con su carrera, principalmente en prensa, TV y radio y departamentos de comunicación social de dependencias de gobierno municipal, estatal y federal, lo cual se torna altamente positivo comparado con los estudios hechos por Fernández (2003) y por Ayala (2008) quienes encontraron que cerca de la mitad de los egresados de comunicación se desempeñan en actividades afines a su formación.

Dentro del ámbito de las ocupaciones indirectamente relacionadas, el 8% de los egresados son docentes que imparten materias relacionadas con su perfil.

Finalmente, el 14.57% de los egresados en el ámbito de las ocupaciones no relacionadas se desempeñan en mandos medios, los cuales se localizan en áreas administrativas de menor responsabilidad en la toma de decisiones y realizando actividades poco complejas como administrativos, asistentes, bibliotecarios y



encargados de control escolar. El 6.2% son directivos, quienes tienen autonomía personal, son responsables de la toma de decisiones y de la planeación, el análisis, el diseño, la ejecución y evaluación de procesos a menudo impredecibles. Los principales puestos desempeñados son directores, coordinadores, jefes de departamento, gerentes, supervisores, subjeses, entre otros. El número de egresados que realiza labores directivas se encuentra muy por debajo del 27.27% reportado por Ayala (2008) en este rubro. En este mismo ámbito, El 5.2% se autoemplean en puestos no relacionados con su carrera.

Principales ocupaciones en el empleo actual (en %)			
Ámbitos	Comunicacionales 65.22	Profesionales relacionados	45.47
		Directivos relacionados	18.75
		Autoempleo relacionado	1
	Indirectamente relacionados 8.0	Docentes	8.0
	No relacionados 25.97	Mandos medios	14.57
Directivos no relacionados		6.2	
Auto empleo no relacionado		5.2	

Tabla 5. Fuente propia

Consideraciones finales

Un estudio de trayectorias profesionales se constituye como una opción metodológica a considerar en este tipo de trabajos, puesto que se realiza un análisis a profundidad del tránsito del comunicador. Los puntos de análisis se constituyen a partir de los ámbitos: comunicacionales, indirectamente relacionados y no relacionados.



Dicho estudio muestra que el 73.22% de los egresados realizan actividades relacionadas con su formación. Este comportamiento ha sido observado en otro reporte de investigación (Ayala, 2008), el cual argumenta que un gran porcentaje de los egresados laboran en lo que fueron formados. Estos hallazgos se oponen a la tendencia nacional encontrada por el observatorio laboral donde el 63.9% no trabaja en los que fueron formados. Lo anterior refleja que la oferta de trabajo es superada por la demanda de empleo, lo que implica desarrollar tareas desde los PE para responder a las demandas actuales e identificar nuevas áreas de oportunidad que permitan ampliar el campo profesional del comunicador para la gran cantidad de egresados.

Como consecuencia de la escasez de empleos en los medios de comunicación el egresado se ve obligado a buscar otros espacios laborales relacionados de manera indirecta con su formación. Dichos espacios están constituidos principalmente por el ejercicio de la docencia y la dirección, los cuales constituyen el segundo rubro en el que más egresados trabajan.

La gran cantidad de puestos directivos ocupados por los egresados muestra que la formación recibida en la UDA y la experiencia laboral adquirida en el campo profesional a lo largo del tiempo fomentan el desarrollo del capital humano, lo que permite conseguir puestos de mayor rango jerárquico y un mejor posicionamiento en comparación con los menos calificados.

Los medios de comunicación como prensa, radio y TV siguen siendo la principal fuente de empleo de la mitad de los egresados, sin embargo es necesario desde el plan de estudios atender el número relevante de los comunicólogos (39%) que realizan actividades afines a la profesión como la docencia o la administración e impulsar las actividades de formación independiente.

El fortalecimiento de la formación profesional que responda a las necesidades del contexto del comunicólogo es un aspecto relevante en las instituciones de educación superior y en este caso específico, para la Universidad del Altiplano.



Referencias bibliográficas

AYALA Perdomo, Juan Carlos (2008), Seguimiento laboral de egresados. Licenciatura en comunicación de la facultad de ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. Publicado en enero de 2008, documento electrónico ubicado en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/676/67612145019.pdf> (Consultado en diciembre de 2009).

BENASSINI, Claudia. (2002), El imaginario social del comunicador. Documento electrónico ubicado en: www.cem.itesm.anteriores/n25/cbenassini.html (Consultado en septiembre de 2008).

CANTOR, Guillermo. (2001), Los jóvenes de cara al mercado laboral: trayectorias recortadas en un contexto de incertidumbre. Documento electrónico ubicado en: <http://www.aset.org.ar/congresos/5/aset/PDF/CANTORGUILLERMO.PDF> (Consultado en agosto de 2008).

CASTILLO Sánchez, Carlos León. (2006), Diagnóstico situacional de la carrera de ciencias de la comunicación en México. Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán UNAM y Universidad Anáhuac México Sur. Documento electrónico ubicado en: www.hapaxmedia.net/ibercom/castilloSanchezCarlosLeon.php (Consultado en agosto de 2009).

CHONG, Blanca y Azucena de Santiago Rodríguez. (2006), Los egresados de la carrera de comunicación en el campo laboral. Documento electrónico ubicado en: <http://www.laq.uia.mx/buenaaval/buenaaval5/b05LosEgresadosDeComunicacion.pdf> (Consultado en enero de 2010).

CRUZ- CASTRO, Laura, Sanz-Menéndez, Luis y Aja Valle, Jaime (2006), Las trayectorias profesionales y académicas de los profesores de universidad y los investigadores del CSIC. Documento electrónico ubicado en: <http://digital.csic.es/bitstream/10261/1667/1/dt-0608.pdf> (Consultado en octubre de 2008)



FELAFACS (2009), Informe final del proyecto: mapa de los centros y programas de formación en comunicación y periodismo en América Latina y el Caribe. Documento electrónico ubicado en: http://portal.unesco.org/ci/en/files/29317/...es.pdf/mapping_es.pdf (Consultado en mayo de 2010).

FERNÁNDEZ, Adaena et al. (2003), Una mirada a la realidad del comunicólogo en Veracruz. Documento electrónico ubicado en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/veracruz.html> (Consultado en diciembre de 2009).

FUENTES Navarro, R. (1999) Enseñanza e Investigación de la Comunicación: Retrospectiva y prospectiva. Conferencia Magistral, X Encuentro Nacional CONEICC, Colima.

GUZMÁN, Carlota (1994), Entre el deseo y la oportunidad: estudiantes de la UNAM frente al mercado de trabajo. Cuernavaca: UNAM. México.

HERNÁNDEZ, María Elena (2004), La formación universitaria de periodistas en México. Documento electrónico ubicado en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34600106> (Consultado en diciembre de 2008)

JIMÉNEZ Vásquez, Mariela S (2005), Trayectorias laborales de biólogos agropecuarios de la Universidad Autónoma de Tlaxcala. Tesis inédita del doctorado en educación de la Universidad Autónoma de Tlaxcala. Tlaxcala, Tlax.

MOLINA, Edith y González Martínez Adriana (2006), El perfil del comunicólogo, su trayectoria y el mercado laboral: estudio de 6 generaciones. IX Congreso IBERCOM, Sevilla- Cádiz. Documento electrónico ubicado en: <http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/MolinaCarmonaEdith.pdf> (Consultado en septiembre de 2009)



7, 8 y 9 de Octubre de 2010

PINTOS, Juan Luis (2001), Construyendo realidades: Los Imaginarios Sociales. Documento electrónico ubicado en: <http://www.gceis.org/papeles1.htm> (Consultado en Mayo de 2008).

SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL (STPS) (2008), Observatorio laboral. México. Documento electrónico ubicado en: www.observatoriolaboral.gob.mx (Consultado en octubre de 2008).

VARGAS Leyva, Ruth (2000), Trayectoria laboral de los ingenieros en la industria maquiladora electrónica: el caso Sanyo Video Components. En revista electrónica de investigación educativa. Documento electrónico ubicado en: <http://redie.ens.uabc.mx/vol2no2/contenido-vargas.html> (Consultado en febrero de 2008).