

## Análisis del contenido axiológico en los planes de estudio de la carrera de comunicación

### Analysis of the axiological content in the curricula of the communication career

CÉSPEDES-DEL FIERRO, Selene †\*, MUÑOZ-LÓPEZ, Temístocles y ARANGO-MORALES, Moncerrat

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Paseo del Acueducto S/N, Del Paseo Residencial, 64920, Monterrey, N.L.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: *Selene, Céspedes-Del Fierro*

ID 1<sup>er</sup> Coautor: *Temístocles, Muñoz-López*

ID 2<sup>do</sup> Coautor: *Moncerrat, Arango-Morales*

Recibido 09 de Enero, 2018; Aceptado 02 de Marzo, 2018

#### Resumen

Esta investigación presenta un análisis sobre las asignaturas con óptica axiológica que ofrecen algunas escuelas de comunicación a nivel local (en Monterrey Nuevo León, México), nacional (en México) e internacional (Países de Latinoamérica y Europa), con la finalidad de prospectar el panorama general de la oferta educativa en términos ético-morales, para la formación axiológica del comunicador. Se seleccionaron 19 escuelas de comunicación como carrera profesional, tomando en cuenta principalmente su reconocimiento académico, y se analizaron sus planes de estudio con el objetivo de detectar aquellas asignaturas con planteamiento axiológico. Se realizó un análisis sobre el número de incidencias de los temas axiológicos en el contenido de los planes académicos, y para facilitar el análisis se utilizaron conceptos clave que funcionaron a manera de códigos selectivos, que al tiempo de uniformizar el criterio del investigador proporcionaron datos cuantitativos en frecuencias numéricas para hacer más eficiente el análisis. Entre los hallazgos más relevantes se puede decir que, analizadas separadamente las asignaturas de los planes de estudio de las diferentes instituciones, se encontró que, a nivel local (Monterrey, N.L. México), el predominio de la Ética se vio manifestado con respecto a los demás códigos axiológicos. Por otro lado, se observó que, a nivel nacional (México), la Ética va acompañada principalmente de la Filosofía y Valores, en tanto que a nivel internacional (Latinoamérica y Europa), se relaciona más con el Humanismo. Esto nos permite ver que la Ética tiene más peso en los contenidos de los planes académicos, y está más contextualizada que otras asignaturas con enfoque axiológico.

**Comunicación, Axiología, Ética, Formación profesional**

#### Abstract

This research presents an analysis of the subjects with axiological optics offered by some communication schools at the local level (in Monterrey Nuevo León, Mexico), national (in Mexico) and international (Latin American and European countries), with the purpose of prospecting the general panorama of the educational offer in ethical-moral terms, for the axiological training of the communicators. 19 communication schools were selected as professional careers, mainly taking into account their academic recognition, and their study plans were analyzed with the aim of detecting those subjects with an axiological approach. The analysis was made taking in count the number of incidences of the axiological topics in the content of the academic plans, and to facilitate the analysis, key concepts that functioned as selective codes were used, which at the time of standardizing the researcher's criteria provided quantitative data, in numerical frequencies to make the analysis more efficient. Among the most relevant findings it can be said that, analyzed separately the subjects of the academic plans of the different institutions, it was found that, at the local level (Monterrey, NL Mexico), the predominance of Ethics was manifested with respect to the other axiological codes. On the other hand, it was observed that, at a national level (Mexico), Ethics is accompanied mainly by Philosophy and Values, while at the international level (Latin America and Europe), it is more related to Humanism. This allows us to see that Ethics has more weight in the contents of academic plans, and is more contextualized than other subjects with an axiological focus.

**Communication, Axiology, Ethics, Professional Training**

**Citación:** CÉSPEDES-DEL FIERRO, Selene, MUÑOZ-LÓPEZ, Temístocles y ARANGO-MORALES, Moncerrat. Análisis del contenido axiológico en los planes de estudio de la carrera de comunicación. *Revista de Gestión Universitaria*. 2018. 2-3: 17-23

\* Correspondencia del Autor (Correo electrónico: selene.cf@gmail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

## Análisis del contenido axiológico en los planes de estudio de la carrera de comunicación

### Analysis of the axiological content in the curricula of the communication career

CÉSPEDES-DEL FIERRO, Selene †\*, MUÑOZ-LÓPEZ, Temístocles y ARANGO-MORALES, Moncerrat

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Paseo del Acueducto S/N, Del Paseo Residencial, 64920, Monterrey, N.L.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: *Selene, Céspedes-Del Fierro*

ID 1<sup>er</sup> Coautor: *Temístocles, Muñoz-López*

ID 2<sup>do</sup> Coautor: *Moncerrat, Arango-Morales*

Recibido 09 de Enero, 2018; Aceptado 02 de Marzo, 2018

#### Resumen

Esta investigación presenta un análisis sobre las asignaturas con óptica axiológica que ofrecen algunas escuelas de comunicación a nivel local (en Monterrey Nuevo León, México), nacional (en México) e internacional (Países de Latinoamérica y Europa), con la finalidad de prospectar el panorama general de la oferta educativa en términos ético-morales, para la formación axiológica del comunicador. Se seleccionaron 19 escuelas de comunicación como carrera profesional, tomando en cuenta principalmente su reconocimiento académico, y se analizaron sus planes de estudio con el objetivo de detectar aquellas asignaturas con planteamiento axiológico. Se realizó un análisis sobre el número de incidencias de los temas axiológicos en el contenido de los planes académicos, y para facilitar el análisis se utilizaron conceptos clave que funcionaron a manera de códigos selectivos, que al tiempo de uniformizar el criterio del investigador proporcionaron datos cuantitativos en frecuencias numéricas para hacer más eficiente el análisis. Entre los hallazgos más relevantes se puede decir que, analizadas separadamente las asignaturas de los planes de estudio de las diferentes instituciones, se encontró que, a nivel local (Monterrey, N.L. México), el predominio de la Ética se vio manifestado con respecto a los demás códigos axiológicos. Por otro lado, se observó que, a nivel nacional (México), la Ética va acompañada principalmente de la Filosofía y Valores, en tanto que a nivel internacional (Latinoamérica y Europa), se relaciona más con el Humanismo. Esto nos permite ver que la Ética tiene más peso en los contenidos de los planes académicos, y está más contextualizada que otras asignaturas con enfoque axiológico.

**Comunicación, Axiología, Ética, Formación profesional**

#### Abstract

This research presents an analysis of the subjects with axiological optics offered by some communication schools at the local level (in Monterrey Nuevo León, Mexico), national (in Mexico) and international (Latin American and European countries), with the purpose of prospecting the general panorama of the educational offer in ethical-moral terms, for the axiological training of the communicators. 19 communication schools were selected as professional careers, mainly taking into account their academic recognition, and their study plans were analyzed with the aim of detecting those subjects with an axiological approach. The analysis was made taking in count the number of incidences of the axiological topics in the content of the academic plans, and to facilitate the analysis, key concepts that functioned as selective codes were used, which at the time of standardizing the researcher's criteria provided quantitative data, in numerical frequencies to make the analysis more efficient. Among the most relevant findings it can be said that, analyzed separately the subjects of the academic plans of the different institutions, it was found that, at the local level (Monterrey, NL Mexico), the predominance of Ethics was manifested with respect to the other axiological codes. On the other hand, it was observed that, at a national level (Mexico), Ethics is accompanied mainly by Philosophy and Values, while at the international level (Latin America and Europe), it is more related to Humanism. This allows us to see that Ethics has more weight in the contents of academic plans, and is more contextualized than other subjects with an axiological focus.

**Communication, Axiology, Ethics, Professional Training**

**Citación:** CÉSPEDES-DEL FIERRO, Selene, MUÑOZ-LÓPEZ, Temístocles y ARANGO-MORALES, Moncerrat. Análisis del contenido axiológico en los planes de estudio de la carrera de comunicación. *Revista de Gestión Universitaria*. 2018. 2-3: 17-23

\* Correspondencia del Autor (Correo electrónico: selene.cf@gmail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

## Introducción

Este proyecto está encaminado a analizar y describir el contenido de los planes de estudio de la carrera de comunicación de instituciones seleccionadas debido a su reconocimiento académico, en un contexto local, en Monterrey Nuevo León, México, nacional en México, e internacional en Latinoamérica y Europa, en las cuales se indagó sobre el enfoque axiológico de las asignaturas que se cursan en dichas escuelas.

Una formación axiológica en el estudiante de comunicación puede contribuir a prácticas más honestas y responsables de publicidad, relaciones públicas, periodismo o cualquier otra actividad que desempeñe el comunicador, y permite que las audiencias experimenten confianza y satisfacción con los contenidos, servicios o productos que les exponen a través de distintos medios. Este estudio es relevante porque parte del principio de que un comunicador con bases axiológicas sólidas, nunca antepondrá su bienestar por encima del de la sociedad, buscará ofrecer beneficios mutuos y contribuir al crecimiento social con miras a una mejor calidad de vida.

El análisis y descripción del contenido programático de la carrera de comunicación en las distintas instituciones, surge con el propósito de reflexionar sobre el papel que juega la comunicación en términos axiológicos, tanto en sistemas educativos como empresariales, en función de la calidad de su gestión en los diferentes entornos.

## Discusión teórica

La ética profesional ha formado parte de los programas de estudio desde el surgimiento de las universidades, mismas que presentan en sus planes institucionales una oferta axiológica en la etapa formativa de los futuros profesionistas.

La formación universitaria, de acuerdo con González (2013), tiene como tarea preparar a los futuros profesionistas para encarar su práctica profesional en apego a los valores globales, a la altura de la humanidad, capaces de definir sus propios proyectos profesionales en conjunto con los comunitarios a partir de una conducta socialmente responsable.

Según Marcovitch (2002) y Esteban (2004) en Bolívar (2005), es necesario plantearse la formación de un profesional competente a la par de una formación ética y una educación para la ciudadanía, ya que la profesionalidad contiene, además de competencias teóricas y prácticas, una integridad personal y un comportamiento profesional ético, tal como lo demandan y esperan los ciudadanos o clientes. Por ello, los autores mencionados afirman que, “en el plano internacional, hay una creciente preocupación porque la educación universitaria asuma, entre sus objetivos, formar a ciudadanos responsables de los problemas de su sociedad” (p.94).

La ética y el ejercicio profesional son mancuerna, no deben estar ajenos el uno del otro, son un complemento, un estilo de vida laboral. La universidad podría incluir en su misión y visión una formación integral de los profesionales, pero no sólo en la teoría sino en la práctica, mediante actividades de formación axiológica en cada asignatura, aunado a los conocimientos especializados de cada carrera profesional, con especial atención en las nuevas demandas tanto en lo ético como en lo técnico.

Para una formación axiológica bien cimentada Céspedes, López, Aguilar & Cortés (2015) afirman:

Es importante plantear las estrategias para el fortalecimiento de la formación de los estudiantes de comunicación, no sólo en competencias relacionadas con la teoría y práctica de su profesión, sino que de manera concreta egrese con un perfil integral en el que se complementen adecuadamente sus habilidades intelectuales, aunado a un alto nivel de refuerzo de valores respaldados por su profesión. Buscar congruencia entre lo que se dice y se hace siempre impactará favorablemente en la imagen y reputación del profesionista, por lo que apelar a la implementación de didácticas en las que se contextualice al comunicador en diferentes situaciones en las que deba tomar decisiones, que al final del día le generarán una imagen positiva o negativa ante la comunidad empresarial, social y familiar (p.84).

La formación axiológica en la universidad podría abordarse desde un formato más concreto de acuerdo con la profesión en cuestión, aunque estudiar el tema de los valores profesionales resulta interesante desde un contexto general, será más eficiente lograr una formación ética en los futuros profesionistas si se hace hincapié respecto a su propio ejercicio profesional. Proponer una asignatura en la programación curricular de la carrera de comunicación no es suficiente, se plantea en este tenor, que cada asignatura esté diseñada con actividades axiológicas que fortalezcan su efectividad en la práctica profesional. Será necesario motivar al profesor para realizar actividades que impliquen una formación axiológica, si el profesor está motivado en desarrollar a los estudiantes no solo pragmáticamente, sino valoralmente, será más sencilla la tarea de lograr consecuentemente que los alumnos practiquen su profesión con apego a esa formación axiológica desarrollada durante sus estudios universitarios. De acuerdo con Céspedes (2017) Los profesores tienen una enorme responsabilidad para impulsar y motivar a los futuros profesionistas, a ser hombres y mujeres de bien, íntegros, que se especialicen correctamente en las exigencias prácticas, dinámicas y tecnológicas propias de su profesión, pero ello, no valdrá la pena si destruyen en lugar de construir, mejorar y aportar a una calidad de vida social que por consecuencia repercute a favor de su imagen como profesional sin importar el área de la comunicación a la que se dedique” (p.168).

## Objetivo

Analizar en diversas instituciones de nivel superior los programas de estudio de la carrera de comunicación, con la finalidad de detectar el contenido axiológico y los procesos de formación de los futuros comunicadores que orienten a una práctica más ética de su profesión.

## Metodología

Esta investigación se llevó a cabo con un enfoque cualitativo exploratorio y descriptivo, seleccionando instituciones de reconocimiento académico de acuerdo con el ranking educativo, y se analizaron las asignaturas con óptica axiológica que contenían los planes de la carrera de comunicación en distintas escuelas a nivel local (Monterrey, Nuevo León, México), nacional (México), e internacional (Latinoamérica y Europa).

Finalmente, se realizó un análisis sobre el número de incidencias de los temas axiológicos en el contenido de los planes de estudio, y para facilitar el análisis se utilizaron conceptos clave que funcionaron a manera de códigos selectivos tales como: Moral, Filosofía, Ética, Axilología, Valores, Principios, Humanismo y Deontología, que al tiempo de uniformizar el criterio del investigador proporcionaron datos cuantitativos en frecuencias numéricas para hacer más eficiente el análisis. Finalmente se buscaron asignaturas que incluyeran dichos códigos asociándolos respecto a su significado o connotación textual.

## Resultados

Obsérvese en la **Tabla 1** de universidades internacionales, **Tabla 2** de universidades nacionales, y **Tabla 3** de universidades locales, que la oferta en formación axiológica es muy limitada ya que se puede ver que, por institución o carrera de los tres contextos geográficos explorados, se ofrecen entre una y tres asignaturas con enfoque axiológico considerando que el número promedio de materias en una carrera profesional es de entre 48 y 54.

De las escuelas de comunicación analizadas a nivel internacional (Latinoamérica y Europa), la Universidad Complutense de Madrid es la institución con menor oferta de materias con óptica axiológica, limitándose a una, bajo el nombre de *Ética y Deontología Profesional*; mientras que la Universidad de Costa Rica presenta la mayor carga de asignaturas con planteamiento axiológico en su plan de estudios llamadas, *Curso Integrado de Humanidades*; *Ética Profesional para la Comunicación*; *Comunicación Inclusiva*; *Imagen y Reputación Organizacional y de Marca*; como se puede observar en la en la (Tabla 1).

Universidad	Carrera	Asignaturas que ofrecen formación axiológica
Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile)	Comunicación Social y Título Profesional de Periodista	Curso Antropológico Ético a elegir de una nómina Ética de las Comunicaciones
Universidad Complutense de Madrid (España)	Comunicación Audiovisual	Ética y Deontología Profesional
Universidad de Chile (Chile)	Periodismo	Ética y Tratamientos Periodísticos

Universidad	Carrera	Asignaturas que ofrecen formación axiológica
		Derecho a la Comunicación y Libertad de Expresión
Universidad de Costa Rica (C. Rica)	Ciencias de la Comunicación Colectiva	Curso Integrado de Humanidades Ética Profesional para la Comunicación Comunicación Inclusiva Imagen y Reputación Organizacional y de Marca
Universidad Nacional de Colombia (Colombia)	Gestión Cultural y Comunicativa	Procesos de Gestión Humana Comunicación Comunitaria

**Tabla 1** Asignaturas con enfoque axiológico en facultades de comunicación de universidades internacionales

En las escuelas de comunicación exploradas a nivel nacional (México) (Tabla 2), se puede observar también que, en las instituciones o carreras de comunicación, predomina la baja carga de materias con óptica axiológica, limitándose a sólo una en su mayoría. La Institución que destaca en mayor oferta de asignaturas con planteamiento axiológico, es la Universidad Autónoma de Coahuila donde se encontraron las siguientes seis asignaturas: *Ética en los Medios; Desarrollo Humano y Profesional; Fundamentos Filosóficos de la Comunicación; Responsabilidad Social; Ética Profesional y Valores Socioculturales.*

Universidad	Carrera	Asignaturas que ofrecen formación axiológica
Universidad Anáhuac México Sur (Cd. De México)	Comunicación	Ética Persona y Sentido de Vida Ética de la Comunicación y Entretenimiento Responsabilidad Social y Sustentabilidad
Universidad Iberoamericana (Cd. de México)	Licenciatura en Comunicación	Ética y Comunicación Reflexión Universitaria
Universidad Popular Autónoma de Puebla. UPAEP (Puebla)	Licenciatura en Comunicación	Ética y Responsabilidad Social
Universidad de Guadalajara (Jalisco)	Licenciatura en Comunicación Pública	Ética de la Comunicación

Universidad	Carrera	Asignaturas que ofrecen formación axiológica
Universidad de las Américas de Puebla (Puebla)	Licenciatura en Comunicación e Imagen	Ética para el Desarrollo Sostenible y Comunicación
	Licenciatura en Comunicación y Producción de Medios	Ética para el Desarrollo Sostenible
	Mercadotecnia	Ética para el Desarrollo Sostenible
Universidad Autónoma de Chihuahua (Chihuahua)	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Ética Profesional
Universidad Autónoma de Coahuila UAdeC (Coahuila)	Licenciatura en Comunicación	Corrientes Filosóficas Contemporáneas
	Licenciatura en Comunicación y Producción de Medios	Problemas Sociales del Mundo Actual
	Licenciatura en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	Ética en los Medios Desarrollo Humano y Profesional Fundamentos Filosóficos de la Comunicación Responsabilidad Social Ética Profesional Valores Socioculturales
	Mercadotecnia	
Universidad de La Salle (Cd. De México)	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Filosofía en la Comunicación Fe y Desarrollo Espiritual Valores y Ética Profesional
Universidad Autónoma de Guadalajara (Jalisco)	Licenciatura en Ciencias de la comunicación	Ética

**Tabla 2** Asignaturas con enfoque axiológico en facultades de comunicación de universidades nacionales

De las instituciones, a nivel local (Monterrey, N.L; México) también destaca la baja oferta de asignaturas con planteamiento axiológico, presentando en sus planes de estudios de una a dos unidades de aprendizaje con este enfoque. Como se puede observar en la siguiente Tabla 3.

Universidad	Carrera	Asignaturas que ofrecen formación axiológica
ITESM	Comunicación y medios digitales	Ética, Persona y Sociedad Ética Aplicada
Universidad Humanista de las Américas.	Ciencias de la Comunicación	Axiología del Bien Universal.
Universidad del Valle de México UVM	Ciencias de la Comunicación	Principios de la Persona. Ética Profesional en Administración Pública.
Universidad de Monterrey UDEM	Ciencias de la Información y Comunicación	Ética de las Organizaciones Pensamiento Social de la Iglesia
Universidad Regiomontana UR	Ciencias de la Comunicación.	Ética y Profesión
Universidad Autónoma de Nuevo León	Ciencias de la Comunicación	Ética, Sociedad y Profesión

**Tabla 3** Asignaturas con enfoque axiológico en facultades de comunicación de universidades locales

Analizadas separadamente las asignaturas de los programas de estudio de las diferentes instituciones, se encontró que, a nivel local (Monterrey, N.L. México), el predominio de la Ética se vio manifestado con respecto a los demás códigos axiológicos. Por otro lado, se observó que, a nivel nacional (México), la Ética va acompañada principalmente de la Filosofía y Valores, en tanto que a nivel internacional (Latinoamérica y Europa), se relaciona más con el Humanismo. Esto nos permite ver que la Ética tiene más peso en los contenidos de los planes académicos, y está más contextualizada que otras asignaturas con enfoque axiológico. Es necesario destacar que no se encontraron asignaturas que contuvieran explícitamente el concepto de Moral a nivel local, nacional o internacional, lo que indica que los contenidos axiológicos, son más bien relacionados con el estudio de los valores y el comportamiento profesional, más que en un sentido de actitud o comportamiento personal, como se puede ver en la siguiente.

Código	Local Monterrey, N.L.	Nacional México	Internacional Latinoamérica y Europa	Totales
Moral	0	0	0	0
Filosofía	1	3	0	4
Ética	5	11	5	21
Valores	0	2	1	3
Principios	1	0	0	1
Humanismo	0	1	2	3
Deontología	0	0	1	1
<b>Totales</b>	7	17	9	<b>Gran total 33</b>

**Tabla 4** Incidencia de temas axiológicos en los planes de estudio de las escuelas de comunicación analizadas a nivel local, nacional e internacional

## Conclusiones

Es evidente que la formación axiológica que ofrecen las escuelas de comunicación a los futuros comunicadores a lo largo de su carrera profesional, es desatendida, lo que permite detectar que las Instituciones educativas están más enfocadas a preparar profesionales en aspectos técnicos o pragmáticos, olvidando la importancia de una formación integral fortalecida con actividades y asignaturas que permitan desarrollarles su perfil axiológico a la par de las expectativas de los públicos a los que se dirigen.

El rol del profesor es esencial en la formación integral de sus alumnos, y tendrá responsabilidad de implementar estrategias o procesos que desarrollen el nivel axiológico de ellos, más allá si su asignatura contiene etapas formativas inclinadas al fortalecimiento ético profesional. Se puede decir, que la falta de particularización de las asignaturas respecto a la profesión en cuestión, manejando temas como la ética desde contextos generales y no específicos de la comunicación, debilita en este caso la formación axiológica del comunicador y evita el desarrollo del juicio moral para una práctica más responsable y honesta. Aunque las universidades se comprometen a formar profesionales con altos estándares éticos y responsabilizados con la sociedad, no existen modelos avalados de formación axiológica para el comunicador, lo que da pie a plantearse el empezar a trabajar en dichos modelos, a la par con una formación de especialización a la altura global, que transforme sociedades con miras a un mundo mejor en el amplio sentido del término.

En vista de lo anterior se propone con base en hallazgos y planteamientos de la investigación doctoral de la autora principal, como *formación axiológica* para el comunicador, la *discusión de dilemas morales* propios de la profesión. Es decir, una discusión transactiva entre iguales, que establecen planteamientos sobre algún caso o situación específica (noticias, campañas publicitarias, experiencias profesionales, estrategias de marketing, etc.) que se llevan a cabo tanto en medios tradicionales como digitales, considerando sus propios *Principios* y *Valores* de tal manera que aporten y argumenten su perspectiva personal al análisis general del tema estudiado.

La *formación axiológica* del comunicador puede realizarse por medio de la discusión de dilemas morales, que tienen que considerar por una parte, a) las actividades en equipo, las dinámicas grupales y el estudio de caso, todas ellas alimentadas por la forma en que se manifiesta su experiencia de trabajo de campo, ya sea por prácticas profesionales y/o actividades propias para la adquisición de competencias de cada materia que cursan los estudiantes, o aquel que ya ejerce la comunicación de forma profesional.

Por otra parte, b) el análisis de los fenómenos globales, como una actividad puramente cognitiva con alto grado de abstracción, permitirá contextualizar esa experiencia dentro de la discusión de los dilemas morales. Lo anterior se logra a través de las actividades que en su conjunto alimentan a los dilemas morales, de tal manera que se trabaje con situaciones reales del trabajo del comunicador, y como consecuencia que se estimule el desarrollo del juicio moral de cada uno de los participantes, en función de su propia experiencia y de la capacidad de desarrollo intelectual o cognitivo que cada uno tuviera para percibir los fenómenos objeto de su estudio, abordar las temáticas y argumentar su postura al respecto. El desarrollo de los dilemas morales construidos en las situaciones reales del comunicador, y discutidos colectivamente, requerirá alimentarse del análisis de mensajes publicitarios, análisis periodísticos, testimoniales, experiencias vivenciales, reforzar *Valores*, organización de eventos, análisis de estrategias de comunicación y el debate de temas. Habrá que desarrollar más ampliamente la propuesta planteada, para posteriormente buscar el plan de socialización e implementación del mismo, mediante un plan estratégico de relaciones públicas. Lo anterior se puede lograr con la socialización pertinente y oportuna de la propuesta de formación axiológica de los comunicadores, aunado a un plan estratégico de relaciones públicas que permita presentarlo y adaptarlo en las diferentes instituciones que tengan en su oferta académica la carrera de comunicación.

## Referencias

- Bolívar, A. (2005). *El lugar de la ética profesional en la formación universitaria*. Consejo Mexicano de Investigación Educativa AC.
- Céspedes del Fierro, S., González, A., Aguilar, M. de J., & Cortés, M. A. (2015). *Desarrollo ético-moral en estudiantes de ciencias de la comunicación*. Ciencia UANL, 75.
- Céspedes del Fierro, S. (2017). *El Perfil Axiológico del Comunicador desde el Contexto Profesional y Formativo* (Tesis Doctoral), Universidad de Lleida, España. <https://repositori.udl.cat/handle/10803/404920>
- González, E. (2013). *Formación ética de los profesionales. Forjando el interés desde la razón y la emoción*. Revista Internacional de Organizaciones, (10), 21-40.
- Facultad de Comunicación Social y Título Profesional de Periodista de la Universidad Católica de Chile (s/f). Chile. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de [http://admisionyregistros.uc.cl/images/pdf/folleto\\_carreras/periodismo.pdf](http://admisionyregistros.uc.cl/images/pdf/folleto_carreras/periodismo.pdf)
- Facultad de Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid. (s/f). Madrid. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/titulaciones/17.pdf>
- Facultad de Periodismo de la Universidad de Chile. (s/f). Chile. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de <http://www.icei.uchile.cl/carreras/5025/periodismo>
- Facultad de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. (s/f). Costa Rica. Recuperado el 25 de octubre de 2016 de [http://eccc.ucr.ac.cr/recursos/docs/guia\\_academica/plan\\_estudios\\_2012\\_resumen.pdf](http://eccc.ucr.ac.cr/recursos/docs/guia_academica/plan_estudios_2012_resumen.pdf)
- Facultad de Gestión Cultural y Comunicativa de la Universidad Nacional de Colombia. (s/f). Colombia. Recuperado el 25 de octubre de 2016 de <http://www.manizales.unal.edu.co/index.php/gestion-cultural-y-comunicativa#plan-de-estudios>
- Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Sur. (s/f). México. Recuperado el 18 de octubre de 2016 de <http://web.uas.mx/AtencionPreuniversitaria/Planes/Comunicacion.pdf>

Facultad de Comunicación de la Universidad Iberoamericana (Cd. De México). (s/f). México. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de <http://www.ibero.mx/sites/default/files/comunicacion.pdf>

Licenciatura en Comunicación de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. (s/f). Puebla. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de [http://www.upaep.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=198&Itemid=167](http://www.upaep.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=198&Itemid=167)

Licenciatura en Comunicación Pública de la Universidad de Guadalajara. (s/f). Guadalajara. Recuperado el 16 de octubre de 2016 de <http://guiadecarreras.udg.mx/licenciatura-en-comunicacion-publica/>

Licenciaturas en Comunicación e Imagen, Comunicación y Producción de Medios y la de Mercadotecnia de la Universidad de las Américas de Puebla. (s/f). Puebla. Recuperado el 16 de octubre de 2016 de <http://www.udlap.mx/ofertaacademica/Default.aspx?cveCarrera=LIP>

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Chihuahua. (s/f). Chihuahua. Recuperado el 16 de octubre de 2016 de [http://www.uach.mx/academica\\_y\\_escolar/carreras/planes/2008/11/04/licenciado\\_en\\_ciencias\\_de\\_la\\_comunicacion/](http://www.uach.mx/academica_y_escolar/carreras/planes/2008/11/04/licenciado_en_ciencias_de_la_comunicacion/)

Licenciaturas en Comunicación, Comunicación y Producción de Medios, Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas y Mercadotecnia, de la Universidad Autónoma de Coahuila. (s/f). Saltillo. Recuperado el 18 de octubre de 2016 de <http://www.uadec.mx/comunicacion/>

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la Salle. (s/f). México. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de <http://www.lasalle.mx/oferta-educativa/licenciaturas/famadyc/ciencias-de-la-comunicacion/>

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Guadalajara. (s/f). Guadalajara. Recuperado el 18 de octubre de 2016 de <http://www.uag.mx/licenciatura/ciencias-de-la-comunicacion/>

Licenciatura de Comunicación y medios Digitales del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. (s/f). Monterrey. Recuperado el 20 de octubre de 2016 de <http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/itesm/tecnologico+de+monterrey/carreras+profesionales/areas+de+estudio/comunicacion+y+periodismo/licenciado+en+comunicacion+y+medios+digitales/monterrey+lcmd>

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Humanista de las Américas. (s/f). Monterrey. Recuperado el 20 de octubre de 2016 de <http://uha.edu.mx/licenciaturas/>

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de México.(s/f). México. Recuperado el 20 de octubre de 2016 de <https://www.universidaduvm.mx/licenciatura-en-ciencias-de-la-comunicacion/>

Licenciatura en Ciencias de la Información y Comunicación de la Universidad de Monterrey. (s/f). Monterrey. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de <http://www.udem.edu.mx/Esp/Carreras/Educacion-y-Humanidades/licenciado-en-ciencias-de-la-informacion-y-comunicacion/Pages/descripcion-carrera.aspx>

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Regiomontana. (s/f). Monterrey. Recuperado el 15 de octubre de 2016 de <http://www.cursosycarreras.com.mx/licenciatura-en-comunicacion-social-nuevo-leon-monterrey-ur-FO222396?>

Rinaudo, M. C., Chiecher, A., & Donolo, D. (2003). *Motivación y uso de estrategias en estudiantes universitarios. Su evaluación a partir del Motivated Strategies Learning Questionnaire*. *Anales de psicología*, 19 (1), 107-119.