

Universidad Autónoma de Baja California

Escuela de Humanidades

Número de oficio: 217/2005-1

Dr. Gabriel Estrella Valenzuela
SECRETARIO DEL HONORABLE
CONSEJO UNIVERSITARIO
Edificio de Rectoría
Av. Julián Carrillo y Obregón s/n
Col. Nueva
Mexicali, Baja California

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA
RECIBIDO
MAY 05 2005
RECIBIDO
SECRETARIA GENERAL

Reciba por este medio mi cordial saludo. Me dirijo a usted en esta ocasión para solicitarle, de la manera más respetuosa, que remita a la comisión permanente de Asuntos Técnicos del Honorable Consejo Universitario, para su revisión y análisis, las propuestas de planes de estudio de las licenciaturas en Comunicación, Filosofía, Historia y Lengua y Literatura de Hispanoamérica orientados al desarrollo de competencias profesionales.

Lo anterior en cumplimiento de los acuerdos del Consejo Técnico de esta unidad académica, cuya acta se anexa al presente, con fundamento en el artículo 146, fracción III, del *Estatuto General de la Universidad Autónoma de Baja California*.

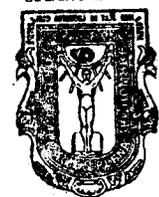
Sin otro asunto que tratar por el momento, me despido de usted. Quedo a su disposición para cualesquier aclaraciones.

Atentamente

Tijuana, Baja California, abril 22 de 2004

“POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE”

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



ESCUELA DE HUMANIDADES

Jorge Gustavo Mendoza González
Director

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE B. C.

DESPACHADO
ABR 22 2005
DESPACHADO
ESCUELA DE HUMANIDADES

C.C.P. Dra. Adriana Carolina Vargas Ojeda, vicerrectora del campus Tijuana-Tecate.

c.c.p. Dr. Felipe Cuamea Velázquez, coordinador de Etapa Básica, Mexicali, B. C.

c.c.p. Mtro. Mario Ignacio Manríquez Quintana, jefe del departamento de Etapa Básica del campus Tijuana-Tecate.

c.c.p. Minutario.

ACTA DE LA REUNIÓN DE CONSEJO TÉCNICO

En Tijuana, Baja California, siendo las dieciseis horas con cuarenta y cuatro minutos del día jueves veintiuno de abril de dos mil cinco, en la sala audiovisual del edificio diecinueve se reunió el Consejo Técnico de esta unidad académica, integrado por los consejeros profesores titulares; María de Jesús Montoya Robles, quien funge como secretaria de este Consejo; Hugo Octavio Salcedo Larios; María del Carmen Castañeda Hernández; Alfonso García Cortés; Luis Carlos López Ulloa y Enrique Ochoa Ávila; los consejeros profesores suplentes; Alejandra García Méndez y Pablo Filemón Guadiana Lozano; por la representación estudiantil asistieron los consejeros propietarios Jesús Alberto Gutiérrez Mancilla, María del Refugio Cisneros Arce, Juan Manuel Ávalos González, Luz Lizzette Camacho Estrada y Yaren Rojas Pérez; suplentes, Natalia Gutiérrez García, Liliana Lanz Vallejo y Marcos Calleros García.

La reunión se llevó a cabo en cumplimiento del oficio circular 205/2005-1 del 18 de abril de 2005 para cumplir con lo estipulado en el artículo 146, fracción III, del *Estatuto General de la Universidad Autónoma de Baja California*. Hecho el registro de asistencia, se hizo el pase de lista registrándose la presencia de once consejeros propietarios (seis consejeros profesores propietarios y cinco consejeros estudiantes propietarios), por lo que se declaró quórum legal que valida los acuerdos de esta reunión.

En cumplimiento del orden, a petición del presidente de este Consejo Técnico se autorizó el ingreso de los profesores de Filosofía Manuel González Alameda (coordinador de la licenciatura en Filosofía) y Elliot Benítez Camarena. El primero expuso los resultados del diagnóstico realizado y la propuesta del nuevo plan de estudios de esta licenciatura orientada al desarrollo de competencias profesionales. Terminada la presentación, se inició la sesión de preguntas que fueron respondidas por el propio coordinador. Agotadas las preguntas se procedió a la votación, aprobándose unánimemente la propuesta por lo que se autorizó su envío al presidente del Honorable Consejo Universitario para lo que proceda estatutariamente.

También, por acuerdo unánime de los consejeros técnicos propietarios, se incorporan en esta acta los acuerdos de la sesión del veintiséis de enero pasado, en la cual se aprobó y autorizó se remita al presidente del Honorable Consejo Universitario, con idéntica finalidad, las propuestas de planes de estudio orientados al desarrollo de competencias profesionales de las licenciaturas en Comunicación, Historia y Lengua y Literatura de Hispanoamérica.

Siendo las dieciocho horas con treinta y dos minutos se declaró concluida la reunión.

“POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE”

Jorge Gustavo Mendoza González
Presidente

Hugo Octavio Salcedo Larios
Consejero profesor propietario

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



ESCUELA DE HUMANIDADES

María de Jesús Montoya Robles
Secretaria

Alfonso García Cortés
Consejero profesor propietario

9/3

Arsh

ba

~

Yaren Rojas Pérez
Pérez

es

A. García M.

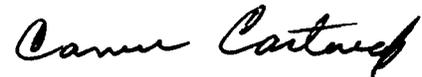
U. A.

~

Universidad Autónoma de Baja California



Enrique Ochoa Ávila
Consejero profesor propietario



María del Carmen Castañeda Hernández
Consejero profesor propietario



Luis Carlos López Ulloa
Consejero profesor propietario



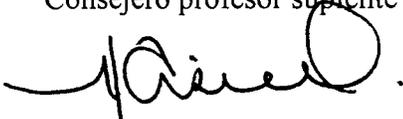
Alejandra García Méndez
Consejero profesor suplente



Pablo Filemón Guadiana Lozano
Consejero profesor suplente



Jesús Alberto Gutiérrez Mancilla
Consejero estudiante propietario



María del Refugio Cisneros Arce
Consejero estudiante propietario



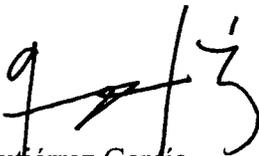
Juan Manuel Ávalos González
Consejero estudiante propietario



Luz Lizzette Camacho Estrada
Consejero estudiante propietario



Yaren Rojas Pérez
Consejero estudiante propietario



Natalia Gutiérrez García
Consejero estudiante suplente



Liliana Lanz Vallejo
Consejero estudiante suplente



Marcos Calleros García
Consejero estudiante suplente



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
ESCUELA DE HUMANIDADES

**PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DE LOS
PLANES DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACIÓN, LICENCIATURA EN HISTORIA Y
LICENCIATURA EN LENGUA Y LITERATURA DE
HISPANOAMÉRICA**

[2005-1]

Tijuana, Baja California, enero de 2005

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

ESCUELA DE HUMANIDADES

PARTICIPANTES

DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

Lic. Jorge Gustavo Mendoza González
Mtra. Emma Guadalupe Patricia Bejarle Pano

COORDINADORES DE LAS LICENCIATURAS

Mtro. David González Hernández
Comunicación
Lic. Osvaldo Héctor Arias Avaca
Historia
Dr. Hugo Octavio Salcedo Larios
Lengua y Literatura de Hispanoamérica

ELABORACIÓN DE LOS CONTENIDOS

Mtro. David González Hernández
Mtra. Ángela Lucía Serrano Carrasco
Mtro. Héctor Jaime Macías Rodríguez
Mtro. Gerardo León Barrios
Mtro. Ramón Mundo Muñoz
Mtra. María de Jesús Montoya Robles
Comunicación

Lic. Osvaldo Héctor Arias Avaca
Lic. Jorge Gustavo Mendoza González
Lic. Carmen Molina Hernández
Mtro. Luis Carlos López Ulloa
Mtro. Antonio Padilla Corona
Mtra. Lucía del Carmen León Velázquez
Mtro. Jorge Martínez Zepeda
Dr. Marco Antonio Samaniego Hernández
Historia

Dr. Hugo Octavio Salcedo Larios
Mtra. Emma Guadalupe Bejarle Pano
Mtro. Alfonso René Gutiérrez Núñez
Lic. Víctor Manuel Soto Ferrel

Lic. Lourdes Gavaldón Guajardo
Lic. María del Carmen Castañeda Hernández
Mtra. Rosío Molina Landeros
Mtra. Gabriela Preciado del Monte
Lic. Pedro Manríquez Canizalez
LIC. Miguel Figueroa Quirarte
Lengua y Literatura de Hispanoamérica

**ASESORÍA DEL DEPARTAMENTO
DE FORMACIÓN BÁSICA**

Dr. Mario Ignacio Manríquez Quintana
Lic. Grisell Ariadna Galeana

1. INTRODUCCIÓN

Esta propuesta de reestructuración de planes de estudios orientados al desarrollo de competencias profesionales que presenta la Escuela de Humanidades (EH) de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) *campus* Tijuana, es resultado sí, de un intenso trabajo colectivo del personal académico, pero más relevante ha sido la construcción de un marco reflexivo en la que nuestros estudiantes y egresados son el punto cardinal. Puesto que son ellos nuestros referentes más importantes, hemos repensado las razones de ser de las Humanidades teniendo una imagen muy clara de los complejos escenarios sociales en nuestro estado, en nuestro país y en el mundo. Los diagnósticos realizados nos dieron la información básica necesaria para tomar la decisión de buscar la complementariedad entre formar profesionales competentes que habrán de incursionar en mercados laborales muy presionados, con la de formar profesionales con un sólido compromiso social para vivir en un país brutalmente empobrecido, cuyas necesidades materiales son tantas y tan importantes como las de tipo educativo y de desarrollo cultural. Nos interesa, en resumen, que nuestros estudiantes se apropien de conocimientos actualizados y pertinentes para un ejercicio profesional ético, propositivo, socialmente responsable en los ámbitos público o privado, dispuestos al aprendizaje permanente.

Actualmente existen para nuestras licenciaturas en Comunicación, Historia y Lengua y Literatura de Hispanoamérica espacios de trabajo en los

campos tradicionales, como son los medios masivos de comunicación, para la primera, o la docencia para las dos restantes. El contacto con nuestros egresados de las tres licenciaturas, y con sus respectivos empleadores, ayudaron a documentar la conveniencia de considerar otras oportunidades para el ejercicio profesional, como la comunicación social y la comunicación organizacional, para la primera licenciatura; la difusión del conocimiento histórico y la conservación del patrimonio cultural a través de la intervención planificada en instituciones públicas y privadas, para el caso de Historia; la creación literaria, la enseñanza y el periodismo en Lengua y Literatura.

Con base en lo anterior, se hizo la revisión de los contenidos y estructuras de los planes de estudios vigentes en nuestra unidad académica, explorando los campos emergentes en función de dos parámetros fundamentales:

- Las presiones endógenas y exógenas sobre los mercados laborales local y nacional.
- La necesidad de la comunicación y las humanidades para los tiempos actuales.

En los tres casos resultó adecuado plantear el ejercicio de estas profesiones en un sentido extenso, considerando fundamentalmente la formación de profesionales de la comunicación, la historia, la lengua y la literatura hispanoamericana con un perfil dirigido hacia la capacidad de intervención, la gestoría y la promotoría, más que a la producción de mensajes

para los medios masivos como objetivo primordial, o el ejercicio docente desvinculado de la capacidad investigativa o sin el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información.

Si entendemos a la comunicación y a las humanidades actuando en un sistema complejo de procesos a través de los cuales las sociedades realizan todos sus intercambios simbólicos y materiales, el campo académico y profesional alcanza mayores proporciones y propicia nuevos enfoques de acción y participación en el entorno.

En función de lo anterior, consideramos importante combinar, durante la reestructuración, las ventajas de diferentes modelos de competencias profesionales con las características y tradiciones intelectuales de nuestras disciplinas para construir un perfil general que identifique a los egresados de la Escuela de Humanidades, que los capacite, incluso, para sobrepasar las expectativas del mercado de trabajo regional. Las características disciplinarias que nutren y dan sustento a esta propuesta de desarrollo de competencias profesionales son las siguientes:

- Un campo de estudio extenso y atingente con todos los ámbitos de lo social.
- Vinculación estrecha y multidisciplinaria entre ciencias sociales y humanidades.
- Idéntico nivel de importancia entre conocimientos teóricos y aplicaciones.
- Importancia estratégica para el desarrollo de innovaciones en los procesos productivos.

- Relevancia potencial para la gestión de procesos de desarrollo cultural, desarrollo social y comunitario.

Por estas características, que interpretamos como ventajas *per se* en nuestras profesiones, aprovechando –además– las ventajas de flexibilidad en los planes de estudios vigentes desde el primer semestre de 1997, podemos decir que esta propuesta se enmarca dentro de una estructura nodal, con elementos de flexibilidad que apoyan la construcción de un perfil general, incrementando significativamente las posibilidades de éxito profesional, responsabilidad social y desarrollo intelectual de nuestros egresados.

JUSTIFICACIÓN

2. JUSTIFICACIÓN

La revisión curricular es una actividad inherente al desarrollo de cualquier programa educativo. En el caso de la Escuela de Humanidades, esta labor responde principalmente a dos factores: la necesidad de asegurar la calidad en las dinámicas de enseñanza-aprendizaje; responder a las metas institucionales comprometidas y orientadas al beneficio social, a la rendición de cuentas de la calidad del trabajo académico y a potenciar el desempeño profesional exitoso.

Los resultados arrojados por cada uno de los diagnósticos, así como el seguimiento a las observaciones que los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) hicieron en 1999 al actual plan de estudios (vigente desde 1997-1), mostraron fortalezas y debilidades. Entre las primeras están la flexibilidad y la necesidad de que los estudiantes cuenten con tutores para seleccionar las materias más apropiadas para su perfil de egreso.

Entre las debilidades están la dificultad de obtener los créditos necesarios para acreditar el programa con una carga académica regular (hecho que representa uno de los principales problemas detectados en términos de diseño curricular). Asimismo, se detectó una marcada duplicidad y falta de coherencia entre contenidos y seriaciones, lo cual, aunado a un exceso de disciplinariedad y una escasa vinculación entre las tres etapas del programa, resultan en una optatividad por demás limitada con repercusión directa en la ausencia de perfiles concretos de profesionalización.

Los contenidos y el tipo de asignaturas tienden a la especialización temprana o el enciclopedismo. Con relación a lo anterior, se detectó una ausencia importante de aspectos formativos esenciales como son la explicitación de actitudes, así como de las competencias básicas y específicas requeridas para el ejercicio profesional. Esto supone trabajar sobre la idea de una mayor formación multidisciplinaria, contemplando una estrecha vinculación entre contenidos y otras actividades formativas, como las prácticas de campo con especial énfasis en la resolución de problemas.

En términos de estructura es necesario no sólo conservar la optatividad, sino extenderla y hacerla más efectiva, ampliando así las posibilidades de movilidad y obtención de créditos. Por otro lado, aprovechando el programa de prácticas profesionales se realizó un sondeo a empleadores de la ciudad de Tijuana, a fin de recabar datos pertinentes para la justificación de nuestra propuesta.

2.1. Objetivos generales

- Establecer un compromiso institucional explícito con el desarrollo de la comunidad.
- Sustentar una visión prospectiva de las disciplinas que dé lugar al desarrollo de ejercicios profesionales innovadores, multidisciplinarios y sensibles a las necesidades educativas y culturales de nuestros entornos más próximos.

- Formar recursos humanos competentes en la planificación, diseño y ejecución de procesos de intervención para lograr el beneficio social, en instituciones públicas o privadas.
- Formar profesionales capacitados para iniciar procesos de autogestión y autoempleo.

2.2. Objetivos específicos

- Pensar la formación de profesionales de la comunicación y las humanidades a partir de una estrecha vinculación con el entorno social.
- Establecer estrategias de vinculación con la comunidad a partir del servicio social comunitario, el servicio social profesional y las prácticas profesionales.
- Mejorar la práctica docente a fin de fomentar procesos de autoreflexividad en los profesores y estudiantes de cada licenciatura.
- Propiciar dinámicas de formación profesional centradas en la resolución de problemas sociales.
- Fomentar una cultura del trabajo colaborativo entre la comunicación, la historia, la lengua y la literatura, y con otras disciplinas.
- Gestionar dinámicas de movilidad estudiantil a corto plazo, que permitan un mayor intercambio con la DES de Ciencias Sociales y Humanidades, con otras DES de la UABC, así como con otras instituciones académicas regionales, nacionales e internacionales a mediano y largo plazo.
- Posibilitar esquemas mixtos de evaluación específica.

- Estrechar la vinculación entre teoría y práctica.
- Centrar el modelo pedagógico en los procesos.
- Organizar la formación profesional a partir de competencias básicas y específicas.

En ese sentido, lo que se propone es una reestructuración basada en la flexibilidad, la optatividad y la movilidad, orientada al desarrollo de competencias profesionales que ayuden a lograr un impacto más significativo de nuestros egresados en sus respectivos campos profesionales. En términos estructurales, lo anterior implica un cambio sustancial en cierto sentido, aunque también es evidente, con igual fuerza, la voluntad de aprender de nuestra propia tradición e historia institucionales, puesto que se trata de sacar mayor provecho de nuestra estructura académica y de las fortalezas existentes en la UABC, a fin de potenciar el desarrollo de cuadros profesionales con un alto nivel de conciencia y participación en términos de creatividad y propuestas concretas de gestión social.

Por lo anterior, cada programa educativo debe ser entendido como metas a alcanzar desde las aulas, junto con las otras actividades que tienen valor curricular, hasta incluir la propia vida y los procesos de administración educativa de esta unidad.

2.3. LA CARRERA DE COMUNICACIÓN Y SU REESTRUCTURACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS EN LA UABC TIJUANA.

Como se ha planteado, en el presente las instituciones de educación superior asumen el imperativo de iniciar el proceso de re-estructuración de planes de estudio con orientación sólida en un proceso académico flexible. En el caso de la licenciatura en comunicación, se parte de la premisa de que la carrera universitaria es una respuesta a una demanda social y debe privilegiar cierto tipo de prácticas sobre otras posibles en ámbitos socio-profesionales hacia los que la institución pretende responder.

Por lo menos esta situación plantea considerar cuatro ámbitos que se articulan en el rediseño curricular: el *contextual* (las particularidades socioculturales que presenta vivir en la frontera), el *socio-profesional* (principalmente de los comunicólogos en el mercado laboral), el *disciplinar* (lo respectivo al campo académico de la comunicación), y el aspecto *institucional* (recomendaciones de los CIEES - Comité Interinstitucional para la Evaluación de la Educación Superior-, cuestiones de formación de alumnos y sobre recursos humanos y materiales de la UABC). Cada uno de estos aspectos se implican, mediante distintas formas y con diferente nivel analítico, con el plan de estudios diseñado por el modelo de competencias.

De esta manera, y con la obligación de alejarse de la intuición o estrategia ideológica, se optó por el análisis riguroso mediante la elaboración de un proyecto general que considerara estos aspectos, sobretodo el socio-profesional. Durante el proceso de análisis y para efectos de ubicar las

problemáticas que enfrentan los comunicólogos y mejorar sus competencias, se tomaron dos cursos, con respectivas asesorías y capacitaciones externas con el Doctor Raúl Fuentes Navarro (ITESO/Universidad de Guadalajara) y la Doctora Ana Fernández (Universidad del Valle de México/ANUIES). Ver Anexo 1.

2.4. PLAN DE ESTUDIOS EN SUS ÁMBITOS DE CONTEXTUALIZACIÓN.

2.4.1. ASPECTOS CONTEXTUALES DE LA REGIÓN FRONTERIZA.

2.4.1.1. ÁMBITO GLOBAL Y NACIONAL.

Tijuana presenta varias de las tendencias más importantes del mundo contemporáneo, en gran parte debido a su interdependencia con la conformación del capitalismo mundial. La globalización trasciende los procesos económicos y culturales internacionales (entre naciones) y transnacionales (entre corporaciones): ahora existe una intensificación de flujos económicos, financieros, migratorios, comunicacionales, turísticos, que favorecen la adquisición de imaginarios multiculturales. Si ubicamos estos procesos en una perspectiva mediática y comunicacional, observamos que los cambios en las infraestructuras tecnológicas y económicas, en los formatos y formas discursivas, determinan decisiones de las industrias culturales a nivel nacional, regional y local. Dichos procesos se ven acompañados por la creación de mercados y de sistemas de distribución transnacionales y en las que se combinan diversos productos¹.

¹ Por ejemplo, en el caso del cine, México que ocupaba el lugar dieciséis entre los importadores de películas norteamericanas, ascendió e 1993 al décimo puesto, a nivel mundial, una inversión de 36.9 millones de dólares. García Canclini, Néstor (1999): La globalización imaginada. México: Grijalbo.

Estos aspectos, en parte, explican la globalización como un nuevo régimen de producción y distanciamiento del espacio y el tiempo: si algo ocurre en cualquier localidad, probablemente los factores del mercado están operando a una distancia indefinida de la localidad² gracias a los recursos materiales y culturales provenientes de una modernidad multidimensional extendida en el plano de las instituciones y las dinámicas que hacen los nuevos centros y redes³. Es dentro de esta realidad compleja que se ubica el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos, Canadá y México: baste recordar que en las negociaciones de la firma trilateral del TLC, Canadá puso a discusión el campo de la cultura y su industria con el fin de equilibrar las condiciones del consumo cultural ante cualquier otro rubro económico. México ni siquiera lo consideró⁴.

En este contexto, enfrentamos el nuevo carácter de la integración global, el libre comercio y la industria cultural como formas de dependencia, contemplado como altamente "interdependiente" con el estadounidense⁵. La liberación de flujos comerciales y de capital cobra gran importancia, en detrimento de otras áreas. La mayor competitividad y las economías de escala

² Giddens, Anthony (1994): Consecuencias de la modernidad. Madrid: Alianza.

³ Thompson, John B. (1995): The media and modernity: a social theory of the media. Stanford: Stanford University press

⁴ En las declaraciones de Jaime Serra Puche, secretario de Comercio y Fomento Industrial de ese entonces, señaló que este tópico no era relevante para México y, en tal sentido, no habría por qué preocuparse debido a la "solidez de la cultura mexicana". En José Manuel Valenzuela (1993a): "Las identidades culturales frente al TLC" Sociológica. Número 21, año 8. México: UAM.

⁵ Sánchez Ruiz, Enrique (1996): "El nuevo carácter de la dependencia: globalización y el espacio audiovisual". En Guillermo Orozco (comp.) Miradas latinoamericanas a la Televisión. PROICOM. No. 2. México, D.F.: Universidad Iberoamericana.

no aseguran el crecimiento del comercio y la producción, sino más bien su reorientación al interior de la zona.

Por lo anterior, un profesional de la comunicación que responda a los retos de este ámbito global deberá comprender las dinámicas estructurales relacionadas con la construcción de sentido en su contexto –en nuestro caso, la región fronteriza- así como identificar el lugar de las industrias culturales en dichos procesos.

2.4.1.2. CONTEXTO FRONTERIZO.

En el mismo orden de ideas, el comunicador de la frontera norte de México deberá dar cuenta de la compleja relación bicultural que caracterizan los escenarios donde habrá de intervenir identificando procesos de comunicación o resolviendo problemas en dichos procesos. Por lo tanto, deberá saber que la vecindad geográfica entre México y Estados Unidos ha producido un fenómeno de relaciones sociales que se pueden comprender como un conjunto de interacciones entre actores de distintas naciones, niveles de desarrollo económico, tradiciones y valores culturales y con diferente grado de poder⁶. Estas interacciones ocurren en un espacio geográfico que adquiere características de región, debido a la intensidad y frecuencia de las interacciones, aunque tenga un carácter de internacionalidad (un proceso de interacciones que relacionan intereses de dos o más países), pues el mayor consenso en la definición espacial de la región fronteriza incluye a los municipios adyacentes de la frontera del lado mexicano y a los condados correspondientes

⁶ Bustamante, Jorge (1989): "Frontera México-Estados Unidos; reflexiones para un marco teórico". Frontera Norte. Volumen I, No. 1 (enero-junio)

del lado estadounidense. Este importante factor, la internacionalidad de las interacciones fronterizas o transfronterizas entre mexicanos y estadounidenses, ha ocurrido en un contexto estructural caracterizado por la desigualdad o asimetría de poder entre los países, tanto en el orden económico como político, teniendo como consecuencia creaciones ideológico-políticas por ambas partes.

La frontera que existe entre México y Estados Unidos data de hace más de siglo y medio. Este fenómeno no ha tenido las mismas características ni similares implicaciones desde su configuración en 1848 (con la firma de los Tratados de Guadalupe Hidalgo), hasta la actualidad. Más bien, su carácter histórico ha sido una permanente mutación, con rasgos particulares. Con la instauración de los límites territoriales entre los dos países, una nueva dimensión cultural comienza a partir del regreso de pobladores al lado mexicano, iniciando mitos fundacionales de las nuevas ciudades fronterizas, “pero un racismo muy intenso permite explicar los procesos de segmentación social que han prevalecido hasta la fecha y la conformación de distintas formas de resistencia social, cultural y política de la población de la frontera. Fueron surgiendo formas distintas en el campo cultural que a veces generaron desencuentros con el resto del país”⁷.

⁷ Valenzuela, José Manuel (1999): “Formación de identidades. El caso de la frontera de México con Estados Unidos”. Conferencia. Centro de Documentación del Instituto Provincial de la Administración Pública (IPAP). En http://www.dpi.sg.qba.gov.ar/ipap/valenzuela_arce.htm

a) DINÁMICA POBLACIONAL.

Ahora bien, cabe mencionar que el carácter fronterizo de la región noroeste ha sido importante para sus pautas de desarrollo y de población. La rápida urbanización de esta frontera, verificada sobre todo en el siglo XX, es un fenómeno relativamente singular; y es que en el mundo hay infinidad de fronteras internacionales, no obstante, en muy pocas se han desarrollado ciudades⁸. La consecuencia fue una articulación temprana de la región con la economía del sudoeste de los Estados Unidos, donde las grandes olas migratorias habían permitido el crecimiento de las actuales ciudades de las regiones fronterizas de Norteamérica.

Un ejemplo que aún tiene enormes consecuencias para ambos países, es el Programa Bracero, firmado en 1942, "donde trabajadores sin capacitación fueron invitados a los Estados Unidos para reforzar la fuerza de trabajo mermada por la participación en la Segunda Guerra Mundial. Esta acción estableció a Tijuana como una salida hacia los Estados Unidos para los mexicanos y otros que buscaran empleo. Cuando terminó el Programa Bracero, el flujo de inmigrantes no se detuvo"⁹. Otro ejemplo es el Programa de la Industria Maquiladora para la Frontera Norte de 1965, motivo por el cual muchos de estos trabajadores se asentaron en la ciudad de Tijuana, provocando en consecuencia un crecimiento explosivo: en 1940 la ciudad contaba con 16,400

⁸ Alegría, Tito (1992): Desarrollo urbano en la frontera México-Estados Unidos. México: Conaculta.

⁹ Lull, James (1998). "Híbridos, frentes, fronteras. El cambio del análisis cultural en México". European Journal of Cultural Studies. Sage: Inglaterra.

habitantes, para 1950 había 65,464 y en la siguiente década vivían 165,690 personas en Tijuana.

A finales del siglo XX, Tijuana ocupaba el segundo lugar con el mayor crecimiento del número de habitantes del país. Estos macroprocesos económicos como el auge comercial y el desarrollo de la industria maquiladora favorecieron el incremento de la población –además de considerar la ubicación de la zona fronteriza como lugar de internación legal o ilegal a Estados Unidos-, población que presenta una dinámica acelerada. De acuerdo con el INEGI¹⁰, los habitantes de Tijuana suman 1'210,820 en la zona urbana y rural, sosteniendo una tasa de crecimiento del 5% anual durante las últimas dos décadas. Debido a la magnitud del crecimiento, producto de la inmigración masiva, el total de la población que no nació en el municipio suma 581 235 habitantes, es decir, el 52.21 % (en su mayor parte constituido por migración proveniente del centro y la costa oeste del país).

b) DINÁMICA LABORAL.

La industria maquiladora es un aspecto estratégico del componente económico de la ciudad tanto para nacionales y extranjeros. De acuerdo a un estudio del gobierno de Baja California¹¹, en 1999 la distribución del PIB, por orden de importancia fue la industria manufacturera (22.27%), seguido por el comercio, restaurantes y hoteles (21.57%) y los servicios comunales, sociales y

¹⁰ INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda, 2000.

¹¹ INEGI. Gobierno del Estado de Baja California. Anuario Estadístico de Baja California 2001

personales (18.18%) como tercer lugar. De acuerdo a otros estudios recientes¹², la tendencia hacia el futuro (2010) no experimentará cambios sustanciales. En parte, esta situación explica las condiciones educativas de las universidades, pues 26,931 habitantes mayores de 18 años y más, seleccionaron las ciencias sociales y administrativas como áreas de estudio, el 40.45% del total (el área de educación y humanidades, quedó en tercer lugar, con 7 267, el 10.91 %).

Otro dato interesante resulta observar que el total de la población ocupada según su situación de trabajo como empleado u obrero es de 76.55%, seguido por trabajadores por su cuenta con el 14.04%, y sólo el 4.26%, son patrones.

En este sentido, la ciudad de Tijuana es un centro para la exportación e importación de productos, lo que confirma su lugar estratégico para el desarrollo de la manufactura y los servicios. Este aspecto también da cuenta de la interdependencia comercial entre el estado de California y Tijuana. Como evidencia de dicha interacción, estudios recientes constatan la creciente interrelación entre el producto interno bruto (PIB) de Baja California con el PIB comercial del estado de California.

Ante tal situación, históricamente el peso binacional, en su carácter transfronterizo es innegable. Las repercusiones son desiguales para el conjunto de localidades en ambos lados de la frontera. El par binacional Tijuana-San Diego está estructurado de procesos transfronterizos, la primera ciudad en mayor medida que la segunda. Los procesos más relevantes son la maquila, la

¹² Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Mercado Laboral de Profesionistas en México: Diagnóstico y prospectiva al año 2010.

migración itinerante transfronteriza, la transmigración y el comercio transfronterizo de subsistencia¹³.

Esto pronostica que la economía tijuanaense seguirá sujeta a factores externos que impulsan su crecimiento. La relación transfronteriza, aunque limitada, ha constituido unidades socio-ecológicas regionales; además de las económicas, las sociales y familiares. Esto demuestra cómo los territorios de la frontera se integraron tardíamente con el resto del país, consecuencia del poco interés que pusieron los grupos de poder del centro en promover la producción y la infraestructura en un área poco poblada y que ha mantenido intereses con el capital norteamericano.

Precisamente, este vínculo asimétrico que expresa lo económico y social, no puede lograrse enfocando solamente a las dos economías en interacción. Así, podríamos entender en cierto nivel que Tijuana se define por macroprocesos transnacionales y transfronterizos, al menos en ciertos niveles socioeconómicos, debido a su carácter de frontera que, en última instancia, dan cuenta de la internacionalidad de la vida fronteriza.

Una vida fronteriza y tijuanaense con mayor intensidad que otros lugares del país en lo que refiere al acceso a múltiples visiones del mundo. Tijuana se distingue también como un espacio donde prevalecen el sincretismo cultural y la desigualdad como marca demográfica, como conformación espacial y social. Además, con el desarrollo de los medios de comunicación, en particular la

¹³ Alegría, Tito. Op.Cit. 1992

televisión¹⁴, se ha intensificado un espacio constituido por complejos procesos de significación que incorporan códigos mexicanos y estadounidenses¹⁵. Los medios, en este sentido, construyen los sentidos sociales y las redes de significado que recurrentemente se enfrentan, elaboran, reelaboran y decodifican en las experiencias de vida de grupos sociales.

El equipamiento para el acceso en Tijuana resulta ilustrativo para documentar lo anterior. En Baja California, el total de viviendas habitadas suman 610,057, en Tijuana son 292,782 viviendas. El acceso que tienen las familias a aparatos eléctricos se da en el contexto de la vivienda: las viviendas que disponen de televisión en el año 2000 suman 254,455, es decir, el 86.90% (casi 12 % más que el censo general en México), por lo que la televisión se perfila como el bien electrodoméstico más común para el hogar, por arriba de la radio, que se encuentra en 238,404 viviendas (81.4%) y del refrigerador, en 235,104 (80.3%). En suma, casi toda familia tiene acceso los medios de comunicación de acuerdo a su equipamiento tecnológico (la televisión representa¹⁶ 86.7% en Tijuana). Esta condición posibilita que en la región exista un espacio mediático transfronterizo, sin olvidar todavía las preferencias del público de la frontera por los contenidos mexicanos.

¹⁴ Según un estudio reciente, la oferta programática que predomina en la frontera son los noticieros, con el 14.8% global (278 horas y media a la semana), donde casi el 60% (164 horas) es de origen estadounidense. En David González Hernández (2004): El sueño americano en México. Tesis de maestría. Guadalajara: ITESO

¹⁵ Valenzuela Arce, José Manuel (1993b): "Ámbitos de interacción y consumo cultural en los jóvenes". En García Canclini (coord.) El consumo cultural en México. México: Conaculta.

¹⁶ INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda, 2000.

Es en este ámbito donde se desenvuelven algunos de los profesionistas de la comunicación, incluso, buena parte de los egresados laboran en empresas “latinas” del otro lado de la frontera, con estrategias pensadas para el público “hispano”. En el portal cibernético de un medio de comunicación¹⁷ se presentan las siguientes características, que dan cuenta de la visión regional del mercado fronterizo. La traducción es nuestra: “San Diego y Tijuana hacen una de las comunidades internacionales más amplias en el mundo, con una población de más de 1,957,232 de hispanos. Los hogares hispanos con televisión de San Diego promedian, por lo menos, una persona más que no-hispanos (3.9 vs 2.4) 39% de los consumidores de San Diego del mañana son hispanos (niños 2-17) 86% de los hispanos en San Diego hablan español, y 62% tienen un lenguaje fluido. Los hispanos de San Diego controlan \$11.2 billones de dólares en poder de compra y tiene un promedio de ingreso anual de \$ 52,074”. Son las tendencias que se perfilan en este siglo XXI.

2.4.2. ÁMBITO EDUCATIVO SUPERIOR Y SOCIOPROFESIONAL

De acuerdo con el estudio realizado por la ANUIES¹⁸, las universidades públicas continúan como angulares del sistema de educación superior. Sin embargo, en diez años perdieron una relativa importancia porque pasaron del 80 al 70% de la oferta total de egresados. Es decir, el sector privado cuenta a nivel nacional con

¹⁷ Telemundo (2004) propone en su portal que “la mejor y más eficiente forma de llegar a este poderoso grupo consumidor es en español –el lenguaje del confort, el lenguaje por elección- el lenguaje hablado por el 86% de los hispanos. Tu anuncio, transmitido en español, será mejor recordado, mejor entendido, y es cinco veces más persuasivo que el inglés”.

¹⁸ Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Op.Cit.

el 30% de la oferta. Estas características y evolución de los egresados del sistema de educación superior dan cuenta de una fuerte expansión, misma que representa un crecimiento del número de oportunidades abiertas en las instituciones educativas del país.

En este contexto los egresados de comunicación, en 1991, sumaban un total de 3,839, con 2,421 provenientes de las instituciones públicas (63%) y 1,418 en privadas. Para el 2000, el número de egresados se incrementaron a 7,033 (un incremento del 183%). De esa cantidad, 3,402 egresaron de instituciones públicas y 3,631 de escuelas privadas.

Esta información ubica dos tendencias importantes de señalar. En primer lugar, que de 1991 al 2000, la formación en comunicación se situó dentro de las licenciaturas con más demanda: llegó al décimo lugar de alrededor 50 carreras ofertadas, después de educación básica, contaduría, derecho, administración, ingeniería en computación y sistemas, ingeniería mecánica e industrial, medicina, pedagogía, educación especial y deportes e ingeniería en electrónica.

En segundo lugar, que la mayor parte de la oferta la cubre el sector educativo privado, el cual se incrementó notablemente de un 36.9% en 1991 a un 51.6% en el 2000. La mayor presencia del sector privado se expresa también por el incremento del número de instituciones que lo forman. Además de las características socioeconómicas para el acceso a este tipo formación profesional, las instituciones privadas ofertan una perspectiva más pragmática, dado que se busca canalizar a los egresados hacia puestos de dirección en las

empresas u oficinas ligadas con la comunicación¹⁹. Todos estos elementos indican que las universidades privadas son actores importantes dentro y fuera del sistema de educación superior nacional, y en algunas entidades federativas son instituciones líderes en licenciaturas.

Asimismo, cabe señalar que la carrera de comunicación, es una profesión muy orientada a la mujer. En 1991 eran 4,091 mujeres sobre 1,881 hombres. Porcentaje de diferencia que todavía mantiene su predominancia: en el 2000 son mujeres 4,581 sobre 2,452 hombres. Este rasgo distintivo de la participación femenina en las licenciaturas en comunicación, consolida la igualdad de oportunidades en un sistema educativo, pero dicha tendencia hace que el carácter mixto de la comunicación pierda cierta relevancia.

Las tendencias nacionales sobre la educación superior en México tienen notables similitudes con Baja California. En el año 2000, en el estado bajacaliforniano egresaron un total de 6,042 de licenciatura, normal y posgrado (4,898 pública y 1,144 privada). El 81.07 por ciento fue cubierto por las instituciones públicas, manteniendo la hegemonía, sin embargo, perdiendo cierta importancia (en 1991 era del 88.89 por ciento). Al igual que sucede a nivel nacional, en el estado bajacaliforniano hay un crecimiento relativo de las instituciones privadas, del 7.82 por ciento, mismo porcentaje ha decrecido para las públicas.

¹⁹ De acuerdo a un análisis comparativo de los planes de estudio la carrera en comunicación en las instituciones que han destacado en México. En Manuel Corral C. (1994): La ciencia de la comunicación en México. Origen, desarrollo y situación actual. Trillas: México.

En Baja California hay una oferta excedente del mercado laboral en educación y humanidades y en ciencias sociales y administrativas. Áreas de estudio donde se ubican los egresados de comunicación. De acuerdo al informe de ANUIES, y como se ha señalado anteriormente, en la proyección de profesionistas ocupados por áreas de estudio en la región noroeste destaca en primer lugar las ciencias sociales y administrativas (con más del 40% del total), y en tercer lugar la educación y humanidades (con casi el 14%), cuya remuneración en pesos en Baja California es de 8,937 pesos (ciencias sociales y administrativas) y 6,159 pesos (educación y humanidades). En estos porcentajes, domina el egreso de las instituciones públicas en Baja California (más del 85 % en ambos casos).

Más adelante, de manera concreta se establece en qué espacios socioprofesionales se están posicionando los egresados de comunicación de la Universidad Autónoma de Baja California en Tijuana y la región fronteriza, de acuerdo al diagnóstico realizado para la reestructuración del nuevo plan de estudios.

2.4.3. ÁMBITO DISCIPLINAR Y ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO.

2.4.3.1. ASPECTOS DISCIPLINARES CIENTÍFICOS DE LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO.

La comunicación, como fenómeno humano, ha sido un objeto de estudio de distintas perspectivas y disciplinas científicas –de la escuela humanística a las ciencias sociales, y cada una desde sus propias herramientas teórico-

metodológicas— que han incidido en la enseñanza de la comunicación en nuestro país y región. También se ha abordado de diferente manera según el contexto histórico-social en el que un proyecto académico —como es una licenciatura— se inserta en la vida social. La trayectoria histórica del campo nos dice que la constitución de un saber específico sobre comunicación ha sido atravesado por conocimientos y saberes diversos, siendo el resultado un conjunto de conocimientos que toman a la comunicación como objeto desde variados ángulos, pero no ha significado tomar a la comunicación como un saber especializado en tanto no pertenece a una matriz disciplinaria bien definida. A esto le añadimos en cómo se ha asumido la tarea, en cada país y región, de incorporar estos saberes diversificados en los procesos institucionales de enseñanza.

Podemos decir entonces que hay dos elementos importantes que intervienen en la configuración de un campo académico: la producción de conocimiento y la institucionalización de la enseñanza. Las variables que han intervenido en ellos son múltiples, y frente a esto, las licenciaturas en comunicación han tenido un *crecimiento exponencial* en las últimas cuatro décadas, tanto en América Latina como México, no así en los Estados Unidos.

Cuando estamos ante un campo disciplinar que no sabe aún qué pasa en términos de la calidad académica y la relación que debe sostener dicha profesionalización con su sociedad, estamos ante el reto de librar esta ambigüedad para comprender la disyuntiva de la diversidad de conocimientos y la cada vez mayor demanda de la profesión.

Para ello, siguiendo la comparación que Fuentes Navarro²⁰ ha realizado sobre las licenciaturas de comunicación -recuperando el análisis de Issac Shapiro acerca de la enseñanza de la comunicación en los Estados Unidos- encontramos que:

- a. La formación en EU tiende a la especialización mientras que en México a la multidisciplinariedad.
- b. En México se utilizan *teorías de largo alcance*, con un alto nivel de *abstracción*, con perspectivas *macroscópicas* y críticas, y en EU *generalizaciones empíricas de corto alcance* con perspectiva *macroscópica* y de profundización.
- c. En México la formación enfatizó una *postura crítica al sistema*, mientras que en EU se capacita para *la integración pragmática del profesional al mercado de trabajo*.

Como podemos ver, la tendencia estadounidense liga la profesión de manera muy estrecha con el contexto, que en este caso es una *industria cultural transnacional*, fundamentalmente.

En México, el campo y la enseñanza de la comunicación se desarrolla en un marco histórico-social de enormes contradicciones y una dependencia económica con Estados Unidos. La clara divergencia en la enseñanza de la comunicación entre México y Estados Unidos se explica, entre otros elementos,

²⁰ En este estudio, Raúl Fuentes busca comprender las características que indican tanto diferencias institucionales como académicas de la enseñanza de la comunicación de México en contraste con Estados Unidos, haciendo ver que frente a los mitos de la dependencia, en este aspecto (de la enseñanza de la comunicación) hay profundas diferencias. *Cfr.* FUENTES Navarro, Raúl (2001): Comunicación, utopía y aprendizaje. Propuestas de interpretación y acción 1980-1996, ITESO, Guadalajara.

por contexto histórico-social en el que se ubica y la labor científico-práctico que demarca la relación que un proyecto académico teje con su sociedad.²¹

En el plano latinoamericano, la década anterior todavía sufría el efecto de seguir “importando” modelos conceptuales y metodológicos, lo que trajo un rezago serio en producción de conocimiento, mismo que, entre otros factores, generó una carencia de especificidad en cuanto a la manera de comprender y enseñar la comunicación en América Latina, por lo que también se vió afectada. La falta de producción de conocimiento propia de la disciplina, así como también generar conocimiento con recursos epistemológicos, teóricos y metodológicos no correspondientes a preguntas de un momento histórico, social y político determinado, generaron la *desarticulación de prácticas y los ejes de contradicción*²² entre la investigación, la vida académica y la formación profesional que conforman la disciplina de la comunicación.

Con este escenario, el campo de la comunicación en América Latina entra al siglo XXI experimentado avances significativos en su búsqueda por consolidar un proyecto académico desde la producción de conocimiento, con la idea de revertir el problema de la enseñanza.

Esto nos habla de que debe haber una relación importante entre el contexto-histórico social y el conocimiento que se aplica en la enseñanza de una profesión. En el caso mexicano, gran parte del insumo teórico-metodológico sobre los aspectos de comunicación provienen de la investigación, la cual está

²¹ Ibid, pp. 36.

²² La dispersión de saberes generó una dispersión e indefinición de los perfiles de la enseñanza de la comunicación. Cfr. FUENTES Navarro, Raúl (1991): Diseño curricular para escuelas de comunicación. Trillas, México. Pp. 23.

lejos de realizarse conforme a una estructura estable. Se trata de un área académica en continua reformulación, tanto de lo que estudia como las formas de hacerlo, así como su enseñanza y sus programas institucionales.

El cuadro siguiente muestra algunas tendencias en cuanto a producción de conocimiento del campo de la comunicación, en el cual podemos ver, de forma descriptiva, algunos elementos que ubican las instituciones dedicadas a estudiar la comunicación de forma sistemática y que cuentan con programas de estudio de licenciatura. Además, expone la diseminación del conocimiento sobre comunicación en México, el relativo centralismo y las carencias regionales de producción científica.

Balance del Campo Académico de la Comunicación en México 1995-2001

	1	2	3	
<i>Tipo de publicación</i>	Artículo 73%	Tesis de maestría y doctoral 17.8%	Libro 8.7%	
<i>Lugar de edición</i>	DF 54.9%	Guadalajara 16.1%	Monterrey 4.9%	Colima 3.3%
<i>Revistas mexicanas</i>	Revista Mexicana de la Comunicación Distrito Federal	Espacios de la comunicación Distrito Federal	Comunicación y sociedad Guadalajara	Anuario Coneicc
<i>Tesis de posgrado por lugar</i>	ITESM 24.3%	FCPyS UNAM 22.8%	UIA-Santa Fe 15.8%	UDG 3.8%
<i>Documentos por institución</i>	UDG 14.9%	UIA 12.9%	UNAM 10.5%	ITESO 10.5%

Fuente: FUENTES Navarro, Raúl (2003): La investigación académica sobre comunicación en México. ITESO, Guadalajara, México.

Un aspecto que argumenta lo que venimos diciendo es la baja producción de libros sobre comunicación. Esto plantea muchas problemáticas todavía, en especial, con el componente que nos interesa destacar: la enseñanza de la comunicación bajo el contexto mexicano. De esta manera, el insumo teórico que permite la identificación y reflexión de procesos de comunicación contemporáneos en sus distintas dimensiones, resulta incipiente para nuestros alumnos de las carreras de comunicación en México, y lo que emerge entonces, es la disociación entre teoría y práctica, generando por tanto una distancia fuertemente marcada entre la enseñanza de la comunicación y el campo profesional, entre universidad y profesión²³.

Una muestra de lo anterior es que en el ámbito nacional, la enseñanza de la comunicación ha estado vinculada a diversas disciplinas tales como la psicología, las ciencias sociales, las ciencias políticas, las humanidades, las artes o las ingenierías; ofreciendo perfiles profesionales tan diversos como la producción de mensajes con fuerte énfasis en la operación técnica, la comunicación organizacional, la comunicación relacionada más con el campo del diseño gráfico, la publicidad o el marketing; entre otras áreas de desempeño profesional.²⁴

²³ En un balance reflexivo, que emprendiera Carlos Luna y Jesús Galindo en 1993, la enseñanza de la comunicación responde más a cuestiones prácticas que se aprenden en la vida profesional, y lo que se aprende dentro de las aulas en más *un juego de percepción* no relacionado con el objeto de la *currícula*. Cfr. GALINDO, Jesús y LUNA, Carlos (1994): Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva. ITESO/CONACULTA, México.

²⁴ Sesión de trabajo sobre Evaluación del Nuevo Plan de Estudios de Comunicación de la UABC, a cargo del Dr. Jesús Galindo Cáceres. Tijuana, 29 y 30 de marzo de 2005.

2.4.3.2. MODELOS FUNDACIONALES DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN.

Con el objeto de colocar en un marco de análisis lo anterior, así como poner perspectiva histórica a la propuesta de un proyecto académico de licenciatura como la que aquí se presenta, es fundamental conocer cómo se ha configurando el campo de la comunicación desde sus objetos socioprofesionales que lo fundaron, y para lo cual Raúl Fuentes Navarro reconoce tres hasta la década de los 90, y a la fecha uno emergente²⁵.

En un primer momento, tenemos el proyecto académico de formación del comunicador con **formación de periodista**. Modelo que se gesta al rededor de los años 40 con las escuelas de periodismo, y académicamente fundamentado en las *representaciones de las prácticas periodísticas*. El objeto de la profesionalización está centrado en la *habilitación técnico-profesional*, con la idea de insertarse en el mercado laboral como un especialista que contribuye al cambio social buscando dar a conocer “hechos” sociales con “objetividad”.

El segundo modelo es el **comunicador como intelectual**. Con una huella jesuita, en 1960 Universidad Iberoamericana en el Distrito Federal, José Sánchez Villaseñor crea lo que se puede decir la primer licenciatura en comunicación en América Latina. Con una fuerte tradición humanística, se buscaba generar profesionales de la comunicación (*cultos desde las humanidades*) bajo el enfoque académico de rescatar los “valores humanos

²⁵ Los cuatro modelos que fundantes de la enseñanza, por tanto, de profesionales de la comunicación, se han articulado de manera diversa en diferentes universidades de nuestro país. Cfr. FUENTES Navarro, Raúl (1998): La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México. ITESO-Universidad de Guadalajara, México.

universales” frente al vertiginoso proceso de tecnificación de la comunicación colectiva.

El **comunicólogo como científico social**, como un tercero, es una articulación de varios elementos de los dos modelos anteriores donde el egresado de las escuelas que adoptaron esta perspectiva era más que un profesionalista, un analista crítico de corte marxista (teoría crítica) que denuncia los intereses de los “grupos hegemónicos”, sobre todo mediáticos. Esto, vale decir, le hereda al campo una marcada desvinculación con entre enseñanza de la comunicación y vida profesional; pero trae consigo un avance en la generación de conocimiento que, en palabras del propio Fuentes Navarro, *se establece una fuerte aunque contradictoria tendencia hacia la investigación y cobra importancia el ingrediente utópico de la transformación social.*

Para finales de los 90, emergen en el campo de la comunicación las características de lo que podría ser la fundación del 4º modelo: **el comunicólogo como burócrata de la comunicación**. Este proyecto académico se ha preocupado por la *inserción eficiente* del profesional en la *dinámica laboral que exige la maquinaria global de la comunicación*, tanto mediática como en instituciones privadas y públicas donde este profesional ejerce su labor más desde una lógica informacional y administrativa.

Debido a lo anterior, podemos entender que los elementos que constituyen y estructuran la enseñanza de la comunicación son diversos y se implican de maneras diferenciadas, pero podemos distinguir tres que aparecen como centrales en dicho proceso: la generación de conocimiento disciplinar, la manera

en cómo se relaciona este conocimiento con la enseñanza y la práctica de la comunicación en la vida profesional.

Acerca del primer elemento, la generación de conocimiento sobre la comunicación, es decir, la teorización y conformación disciplinar, debe corresponder a los altos estudios de la comunicación y no a una formación nivel licenciatura.²⁶ Los dos elementos restantes, el lugar del conocimiento teórico en la enseñanza de la comunicación y la práctica de la comunicación en la vida profesional sí corresponde a cuestiones fundamentales en la creación de un nuevo plan de formación en comunicación en la región.²⁷

Ante este panorama, el lugar que ocupa la propuesta de formación en comunicación que aquí se presenta, tiene fundamentalmente los siguientes aspectos:

1. Planteamos una estrecha correspondencia entre el proyecto universitario de la UABC y las demandas sociales del entorno fronterizo. Ante esto, es de suma importancia reconocer la condición histórico social por la que atraviesa nuestra sociedad de inicios de siglo XXI, considerando el carácter global de las interacciones económicas, políticas, pero sobre todo sociales que afectan tanto

²⁶ Al respecto, la problemática de la conformación del campo tiene el agravante de que no hay un ofrecimiento significativo en el ámbito nacional de programas de postgrado en comunicación que formen los recursos humanos requeridos para la realización de dichos estudios especializados. Fuentes Navarro, Raúl. (1994): "La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación; campos disciplinas, profesiones." En: Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva. ITESO/CONACULTA, México.

²⁷ Sesión de trabajo sobre Evaluación del Nuevo Plan de Estudios de Comunicación de la UABC, a cargo del Dr. Jesús Galindo Cáceres. Tijuana, 29 y 30 de marzo de 2005.

lo local como lo regional²⁸. Preocupaciones estas contempladas en el Plan de Desarrollo Institucional de la UABC, donde se plantea como propósito la vinculación y el compromiso de la institución –a través de cuerpo docente administrativo y estudiantes- con las necesidades del estado de Baja California.

2. Tratar de superar la “escisión teoría-práctica”, librando las limitantes que ha traído cada uno de los modelos fundacionales en la enseñanza de la comunicación, articulando la generación de conocimiento en comunicación con la práctica profesional misma de la comunicación, y ver que en ello está el centro de atención de este nuevo proyecto académico. Para esto, identificamos que la teoría de la comunicación dentro del nuevo programa de enseñanza ocupa un lugar en la medida que apoye y provea de herramientas conceptuales y metodológicas, la práctica profesionalizante.

3. Pasar del “mediacentrismo” en que se ha desarrollado por varias décadas la enseñanza de la comunicación en México, y trabajar desde una perspectiva más amplia que la mediológica, la reflexión, el análisis y la intervención de lo comunicacional diversificando los enfoques profesionales hacia áreas emergentes sin olvidar que la producción de discursos constituye el área tradicional por excelencia de la formación de comunicadores en el ámbito latinoamericano.²⁹

²⁸ Este análisis se ha presentado a detalle en el punto “Ámbito sociocultural regional”, de este apartado.

²⁹ Seminario “Competencias en Comunicación” con el Dr. Raúl Fuentes Navarro. Tijuana, 6 y 7 de septiembre de 2004

2.4.4. ASPECTOS INSTITUCIONALES: SITUACIÓN ACTUAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LA UABC

Después de la evaluación realizada por los CIEES, el crecimiento en la infraestructura y calidad del equipamiento de la Escuela de Humanidades reporta mejorías sustanciales para las cuatro licenciaturas, y en especial para la de comunicación. Por medio de dos convenios específicos de vinculación con el Centro Cultural Tijuana, los estudiantes producen semanalmente desde el año pasado dos revistas culturales; una para televisión (Cultura a cuadro) y otra para radio (Paralelo Cultural), que han permitido la participación de tres promociones de estudiantes en la modalidad de prácticas profesionales durante los semestres 2002-1, 2002-2 y 2003-1.

En lo referente al desarrollo de cuerpos académicos, la Escuela de Humanidades, con el apoyo de la UABC, convino con la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana la apertura, en Tijuana, de su programa de maestría en ciencias de la comunicación para el semestre 2003-2. Lo referente a los apoyos institucionales a los profesores que se interesan en cursar el posgrado aún no ha sido resuelto.

En lo referente al acervo bibliográfico, hemerográfico y de documentación en línea, la UABC continúa el proceso para desarrollar colecciones para cada área del conocimiento. La parte correspondiente a comunicación se ha incrementado, aunque es insuficiente. Sin embargo es de reconocer el trabajo de la coordinación del SIA, que sigue adquiriendo acervo bibliográfico muy actualizado.

En lo que toca al personal académico, las contrataciones son, casi en su totalidad, por asignatura. De acuerdo a los criterios de la SESIC, la licenciatura en Comunicación está clasificada como un programa educativo científico-práctico. Por esa razón, la operatividad de un programa de esta naturaleza debe hacerse con una proporción de 10% de profesores de tiempo completo y 90% de asignatura. En el semestre 2003-1 laboran 53 profesores, de los cuales sólo 3 son tiempos completos. De acuerdo a la proporción 10/90 arriba mencionada, la licenciatura en Comunicación debe funcionar con un máximo de 6 PTC.³⁰ Sigue siendo un objetivo prioritario para los próximos años desarrollar cuerpos académicos con posgrado (maestría y doctorado en el área de comunicación), como un paso al reconocimiento del perfil PROMEP.

Una de las debilidades más notorias en los planes de estudio de la carrera de comunicación en Mexicali y Tijuana, fue contar con planes de estudio diferentes. En la vida real esto ha significado que un estudiante de comunicación en la UABC, que por cambio de domicilio tiene que pasar de Mexicali a Tijuana, o viceversa, no puede hacer equivalentes la totalidad de sus estudios de comunicación en la otra ciudad. Las materias que pueden hacerse equivalentes representan, en los casos más afortunados, sólo el 50% de las cursadas.

³⁰ La propia SESIC utiliza también otro criterio; estima que la proporción de PTC debe ser de uno por cada 20 estudiantes. Con una población estudiantil en la licenciatura en Comunicación de 549 para el semestre 2003-1, de acuerdo a este segundo criterio, serían necesarios 27 PTC. En la formulación del PIFI 1.0 y 2.0 se ha preferido la utilización de la proporción 10 PTC por 90 de asignatura.

2.5. DIAGNÓSTICO

2.5.1. DISEÑO METODOLÓGICO DEL DIAGNÓSTICO.

El diseño estuvo centrado en el análisis de conocimientos, habilidades y actitudes del comunicólogo a futuro. Los objetivos consensuados para trazar el diagnóstico fueron básicamente dos: conocer qué tipo de profesionales ha formado la carrera de comunicación, y cómo está constituido el campo laboral, con el imperativo a su vez, de identificar las áreas emergentes que nos permitiera analizar de manera prospectiva el campo profesional donde se desarrollará nuestro futuro egresado.

De tal forma que se decidió poner en marcha, bajo una perspectiva multifocal, diversas técnicas de investigación que facilitaran la generación de información sobre dos dimensiones: externa e interna

a) Externa: relacionada con el *aspecto socio-profesional* en tanto que nos aproxima a los escenarios, condiciones y necesidades en las que se encuentra actualmente la vida profesional de un comunicólogo en la región. Esta dimensión nos permitió diseñar con precisión áreas, materias y competencias que deberá contener el nuevo plan de estudios; y fue explorada mediante la consulta de las opiniones de egresados y empleadores.

b) Interna: referida al *aspecto institucional*, el cual nos permitió conocer la operación del plan de estudios vigente con el fin de evaluar sus potencialidades y debilidades en la formación de profesionales. Para ello, consultamos a profesores de la carrera de comunicación pertenecientes a diversas áreas del conocimiento y a estudiantes de los últimos semestres del plan vigente.

La pertinencia de cada técnica fue decidida según tres aspectos: tiempo, recurso y posibilidades de aprovechamiento de la información. En ese sentido, optamos por realizar una encuesta para los egresados, entrevistas semiestructuradas para los empleadores, un grupo de discusión para alumnos de últimos semestres, y un taller de análisis y propuestas con profesores.

2.5.1.1. DISEÑO DEL DIAGNÓSTICO CON EGRESADOS.

Considerar los aspectos socio-profesionales implica la necesidad de anticipar las condiciones en que los estudiantes enfrentarán su ejercicio profesional en una institución o por iniciativa propia. Este fue nuestro reto con el diagnóstico a egresados: identificar de manera prospectiva las características del ámbito socio-profesional y de las condiciones laborales en las cuales deberán desempeñarse nuestros futuros egresados en un ambiente de constante cambio y renovación. De la misma manera, buscamos que los egresados nos informaran acerca de los conocimientos, habilidades y actitudes que requieren para afrontar los retos del mercado profesional del comunicador en la región.

La estrategia para acercarse a los egresados de la carrera de comunicación fue una encuesta (Anexo 2) elaborada por la comisión de comunicación dedicada a la re-estructuración del plan. Para conocer las particularidades contextuales y de competencias, conocimientos y habilidades que intervienen en la situación laboral del comunicólogo, se discutieron y establecieron variables tales como condición sociodemográfica, situación laboral, factores de acceso al campo laboral, factores de permanencia y

movilidad en el campo profesional, requerimientos, dimensiones y perspectiva del campo ocupacional, formación de postgrado, entre otros.

Para determinar el tamaño de muestra para el diagnóstico con alumnos, se considera como población a los egresados del periodo 1994-2 hasta el 2003-2, un total de 643 egresados del plan rígido y flexible, la técnica de muestreo a emplear, considerando los recursos con que cuenta la escuela para la aplicación, será un muestreo no probabilístico, esto es por conveniencia, por la dificultad que representa localizar a los egresados o la disponibilidad de tiempo. Para lograr una representatividad de la población se buscará distribuir la encuesta por las diferentes generaciones de egresados de la carrera de licenciados en comunicación.

De acuerdo con las características de la población se cree que, aproximadamente, una proporción de 0.90 de egresados aceptarán proporcionarnos información, y conocen, el campo laboral y aspectos del plan de estudios de la carrera y un 0.10 no lo harán o desconocen algunos aspectos.

Se aplicó un nivel de confianza del 95% considerando que la muestra es representativa de la población, es decir tiene las características de ésta. Y un margen de error del 5.7%, sobre la validez de los resultados. En la fórmula para determinar el tamaño de muestra de una población finita, los valores son:

σ es el coeficiente de confianza = $(1.96)^2$

p es la probabilidad de éxito = 0.90

q es la probabilidad de fracaso = 0.10

e es el error de estimación = 5.7% = $(0.057)^2 = 0.003249$

N es el tamaño de la población = 643

n es el tamaño de muestra = 91.43

Al sustituir los valores en la fórmula se obtiene una muestra de 91.43, redondeando $n = 91$. Los cuales fueron distribuidos entre las diferentes generaciones.

2.5.1.2. DISEÑO DEL DIAGNÓSTICO CON EMPLEADORES.

La estrategia de aproximación a los empleadores fue la realización de entrevistas semiestructuradas (Anexo 3), según el formato elaborado por la comisión de comunicación dedicada a la reestructuración del plan. Las variables del diagnóstico a egresados fueron planteadas para el diseño del cuestionario a empleadores con el fin de contrastar la misma información obtenida de diferentes fuentes.

Los resultados del cuestionario aplicado a egresados nos arrojó información sobre los campos profesionales y los giros de las instituciones donde laboran actualmente nuestros egresados. Con esta información, definimos las instituciones para realizar la entrevista semiestructurada los empleadores. Así fue como se consideraron siete ámbitos laborales y profesionales donde se desempeñan los egresados, reflejo del contexto y dinámica particular de la ciudad de Tijuana en cuanto a oferta laboral y profesional del comunicador: medios (televisión, radio, prensa y cine), comunicación social (ayuntamiento y dependencias), comunicación organizacional (empresas, maquiladoras e instituciones similares), actividades de promoción (CECUT, IMAC, ICBC), productoras, agencias publicitarias y de diseño y, por último, ventas (Telvista, GTS).

Como criterio definimos entrevistar a los jefes directos de nuestros egresados, es decir, quienes supervisan permanentemente su trabajo y conocen sus fortalezas y debilidades.

2.5.1.3. DISEÑO DEL DIAGNÓSTICO CON ALUMNOS.

Para aproximarnos a la visión de los alumnos, elegimos aquellos que han transcurrido gran parte de su carrera con el plan flexible vigente y que conocen la operatividad del mismo. Se decidió realizar un grupo de discusión (Anexo 4) a cargo de la comisión de reestructuración de comunicación para ubicar los puntos de asertividad y los puntos de cambio del plan de estudios vigente; contemplando visiones críticas sobre tópicos tales como la estructuración de la Etapa Básica, la optatividad y flexibilidad del plan, la pertinencia del programa de tutorías y la formación del cuerpo docente, entre otros.

2.5.1.4. DISEÑO DEL DIAGNÓSTICO CON PROFESORES.

Se propuso trabajar un taller crítico y propositivo junto con un grupo de profesores del plan de estudios vigente, (Anexo 5) que nos permitiera reflexionar sobre nuestro desempeño en las aulas con relación a la estructura del plan de estudios vigente, su administración y operatividad. Aquí la premisa fue obtener información en cuanto al funcionamiento y articulación del plan actual, así como también iniciar con los profesores un proceso de involucramiento en el gran reto de participar creativamente en el cambio curricular y de enfoque pedagógico que está por venir.

2.5.2. RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.

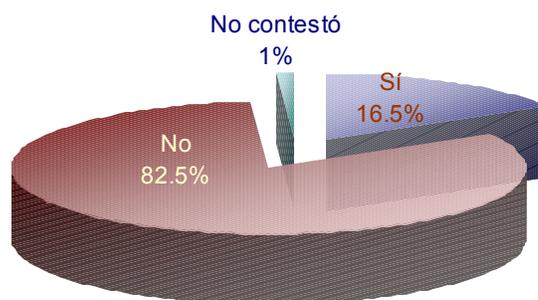
2.5.2.1. DIAGNÓSTICO A EGRESADOS.

a) Perfil del comunicólogo egresado de la UABC

Debido a la reciente creación de la carrera de comunicación en la Universidad Autónoma de Baja California (1991) encontramos que el 94.5% de nuestros egresados es menor de 35 años, lo cual implica una joven experiencia profesional y en proceso de consolidación. Nuestra población de egresados también se caracteriza por ser principalmente femenina, así lo demuestra el 62.6% que respondieron el cuestionario.

El 44% de la población encuestada ingresó antes de 1997, es decir, cursaron su carrera en el plan rígido de 1991, y el 55% egresó entre el 2001 y 2003 con el plan flexible 1997-1. Del total de encuestados, el 82.4% no está titulado, evidenciando así, la necesidad de identificar las causas de la baja tasa de titulación y en consecuencia, llevar a cabo una estrategia permanente que ofrezca oportunidades para que nuestros egresados terminen formalmente su carrera universitaria.

Porcentaje de egresados de comunicación que están titulados



b) Descripción del campo laboral

Se preguntó a nuestros egresados cuáles han sido las áreas de desempeño laboral antes de su egreso, después del egreso y en su trabajo actual. Se encontró que las áreas señaladas de manera permanente en los tres momentos de la historia laboral de nuestros egresados fueron, en primer lugar, los medios masivos de comunicación (radio, televisión y prensa), lo cual representa un campo profesional tradicional; y en segundo lugar, la promoción y la mercadotecnia. Las áreas identificadas como emergentes son: la comunicación organizacional y las nuevas tecnologías de comunicación.

En cuanto a la promoción y la mercadotecnia, encontramos una problemática en términos de la definición del campo laboral del profesional de la comunicación. El comunicólogo que queremos formar puede aproximarse a las tareas de mercadotecnia pero no suplantar a un mercadólogo, es decir, nuestra intención no es formar mercadólogos sino comunicólogos que trabajen de manera multidisciplinaria con otras profesiones del campo laboral.

Por otra parte, la Universidad Autónoma de Baja California cuenta con la carrera en Mercadotecnia adscrita a la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, y en donde nuestros estudiantes de Comunicación pueden cursar -y han cursado- asignaturas que permiten complementar la formación académica gracias a la movilidad estudiantil posible por el esquema de flexibilidad con el cual contamos.

Una interpretación de este resultado es que la carrera de Comunicación se está posicionando como un campo profesional en la dinámica laboral de la región y por lo tanto, está en proceso de consolidarse en las áreas que para esta

región son emergentes. La oferta laboral en las áreas tradicionales (medios de comunicación) son reducidas en relación con la cantidad de egresados de las carreras de comunicación en la ciudad. Debido a esto, una opción de inserción en el mercado laboral es incursionar en las áreas de mercadotecnia y promoción, las cuales, en muchas ocasiones, se traducen en actividades de ventas.

La carrera de Mercadotecnia es de reciente creación en la Universidad, aun no ha salido la primera generación y es de suponer que estos, en su vida profesional, competirán con los comunicólogos si no le abrimos más posibilidades de desarrollo profesional a nuestros egresados de comunicación, atendiendo a los campos profesionales emergentes encontrados a partir del diagnóstico.

A continuación se describirán los porcentajes de las áreas de desempeño laboral de nuestros encuestados antes de su egreso, después del egreso y en la actualidad.

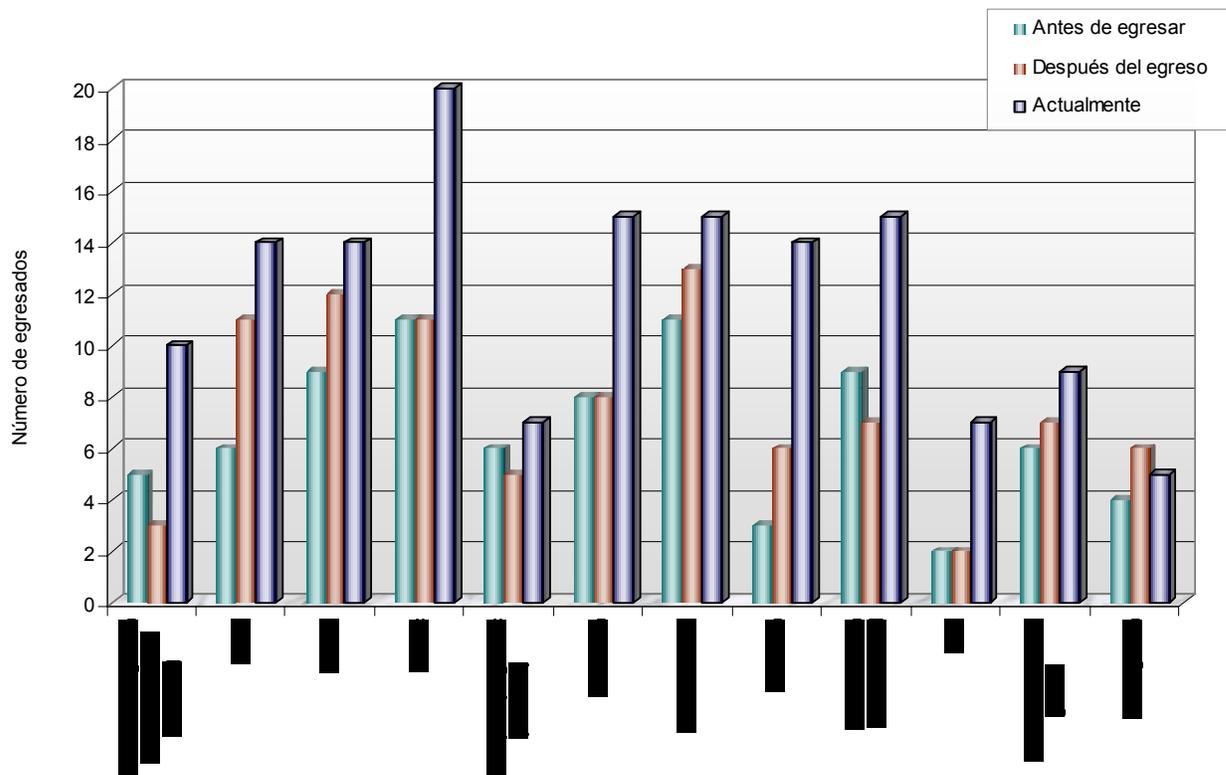
Mientras estudiaban la carrera, nuestros encuestados laboraron en áreas tales como la promoción y la mercadotecnia (24.2%) y en los tradicionales medios de comunicación: prensa, radio y televisión (25.3%).

Después del egreso, encontramos que las áreas recurrentes de desempeño laboral continuaban siendo la promoción y mercadotecnia (25.3%) y los medios de comunicación (32.9%); éste último, representando el campo tradicional consolidado. También se encontraron áreas emergentes como la

comunicación organizacional, representada con un 7.7% y la publicidad y el diseño gráfico con la misma proporción.

En el trabajo actual, los egresados manifestaron desempeñarse principalmente en las áreas tradicionales del campo profesional en Tijuana: medios de comunicación (radio, prensa, televisión) 48.4% y promoción y mercadotecnia 38.5%. Se identificó un campo laboral emergente, el cual no había sido representativo anteriormente y sobresale con un por 15.4%: el uso de nuevas tecnologías de comunicación, área que incluye el dominio del lenguaje multimedia, programación html y el Internet, así como con la producción y postproducción utilizando la paquetería adecuada para las ediciones no lineales. El área de la comunicación organizacional, que había aparecido como área emergente aparece ahora consolidada con 17.6%, mientras que la publicidad y el diseño gráfico se mantiene en 9.9%.

Área de la comunicación de desempeño: antes de egresar, después del egreso y actualmente:



Pese al alto porcentaje de los encuestados que no respondieron acerca de las actividades realizadas en los tres momentos de su historia laboral, se encontró que prevalecen aquéllas relacionadas con la redacción, la producción de mensajes audiovisuales y las actividades de coordinación (ya sea de producción en medios de comunicación o actividades de oficinas gubernamentales y empresariales); esta última supone unas características actitudinales como liderazgo, orden, creatividad, etcétera.

En cuanto al campo de la comunicación desempeñado antes de egresar, al egreso y posterior a éste, se observa un crecimiento significativo en las siguientes áreas: Nuevas tecnologías de comunicación que pasa de un 5.5% a un 15.4%. Medios de comunicación (radio, prensa, televisión, cine) de 27.5% a 56.1%. Promoción, de 12.1% a 22%. Docencia de 3.3% a 14.3%. Comunicación organizacional, de 9.9% a 17.6%. Investigación de 4.4 a 7.7%.

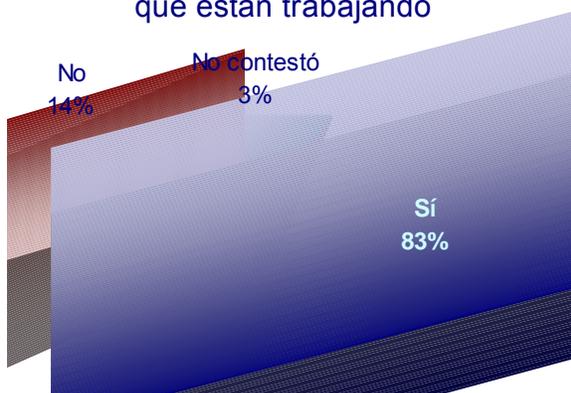
En relación con el giro de la institución donde laboran actualmente nuestros egresados, encontramos que el 19.57% corresponde al gobierno, siendo una fuente de trabajo efectiva para nuestros egresados, pero superado por el sector privado, el cual, en conjunto, representa un 27.17%. El giro de servicios (17.39%) implica que el comportamiento laboral va orientándose hacia la modalidad de prestadores de servicios, suponiendo una serie de actividades y actitudes colindantes con la autogestión, el liderazgo y la postura de empresarios independientes.

c) Condiciones laborales del egresado en comunicación

El trabajo previo al egreso constituye una condición para el estudiante de la licenciatura en comunicación, así lo confirmó el 67% de los encuestados que estudió y trabajó simultáneamente. Al parecer, este temprano acceso al campo laboral (no necesariamente profesional) permite que actualmente el 83% de nuestros egresados se encuentren trabajando. (Gráfica 1)

Gráfica 1

Porcentaje de egresados de comunicación que están trabajando

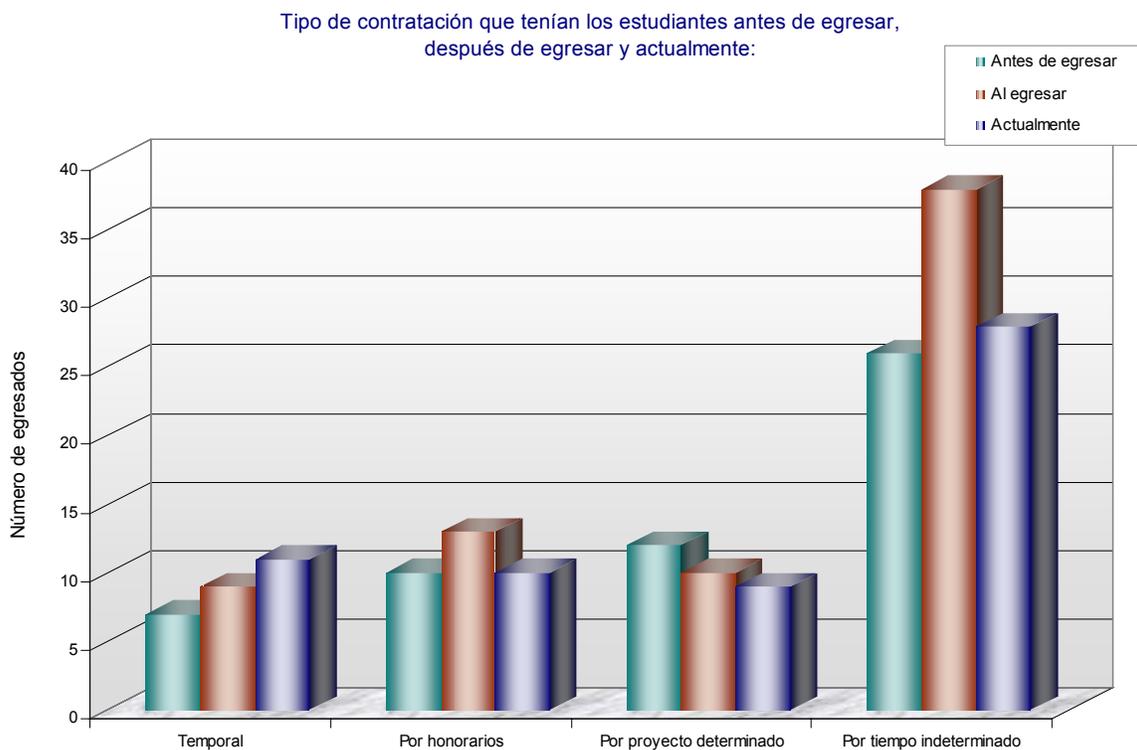


Para conocer las condiciones del mercado laboral en el campo, se les preguntó a los egresados cuál ha sido el tipo de contratación que tuvieron antes del egreso, después del egreso y el que tienen en la actualidad. Encontramos que la contratación por proyecto, temporal y por honorarios sumó un 31.9% antes del egreso contra un 28.6% que corresponde a la contratación por tiempo indeterminado.

Esta relación varió para después del egreso cuando los encuestados laboraron bajo una contratación de carácter indefinido (41.8%), diez por ciento mayor en referencia al porcentaje antes del egreso, y a su vez, mayor a aquélla

correspondiente a una contratación por honorarios, temporal y por proyecto después del egreso (35.2%). En la actualidad nuestros egresados son contratados tanto de manera indefinida (30.8%) como temporalmente, por honorarios y por proyecto (33%).

En conclusión, las condiciones laborales del campo de la comunicación se caracterizan indistintamente por contrataciones de tipo *tiempo indefinido*, lo cual corresponde a formas tradicionales de contratación (empleados); y *temporal*, es decir, formas novedosas o no convencionales de contratación (prestadores de servicios, por proyectos determinados, por objetivos cumplidos, etcétera).



Independientemente del tipo de contratación, el 47.3% de nuestros egresados tiene una retención laboral de uno a cuatro años en el mismo empleo

y la razón de permanencia para el 52.8% de ellos, es la satisfacción personal. Más del 70% de los egresados manifestaron estar entre muy gratificados y gratificados respecto a los siguientes aspectos: autonomía de decisión, conocimientos adquiridos, desarrollo profesional, estabilidad laboral y funciones que ejerce.

Para el 52.6% de los encuestados el aspecto de menor satisfacción fue la remuneración económica y la causa de la movilidad laboral. Se registró como promedio en la remuneración del trabajo de los egresados, \$8,200 mensuales con un amplio rango entre \$1,483 y \$25,000 de ingresos mensuales. A pesar del descontento, el promedio de ingresos registrado por los egresados se acerca considerablemente a la remuneración media en Baja California en el área de Ciencias Sociales (\$8,937 pesos, tal como se señaló páginas atrás).

Por último, en cuanto a características del campo profesional, quisimos saber el nivel de participación de nuestros egresados en la toma de decisiones organizacionales y el grado de supervisión de su trabajo cotidiano. Encontramos que el 60.6% desempeña su trabajo en equipo, el 47.8% está en libertad de consultar para la toma de decisiones y el 38.5% recibe una mínima supervisión en el desempeño de sus labores. Lo anterior nos indica que la configuración del campo requiere en los egresados ciertas habilidades para trabajar en equipos multidisciplinarios, así como algunas características valorales tales como la tolerancia, la aceptación a la diversidad de ideas y liderazgo en la toma de decisiones.

d) Formación académica.

El 72.5% ha necesitado complementar su formación con otros estudios aparte de la licenciatura. De los temas más señalados como complementarios son computación e idiomas entre otros como mercadotecnia, ventas y atención a clientes.

Con relación a computación e idiomas, son actividades consideradas como parte de la actualización requerida después de la educación formal universitaria. Respecto a mercadotecnia, ventas y atención a clientes, consideramos que pueden ser ofrecidas a nuestros egresados a través de cursos o diplomados de educación continua.

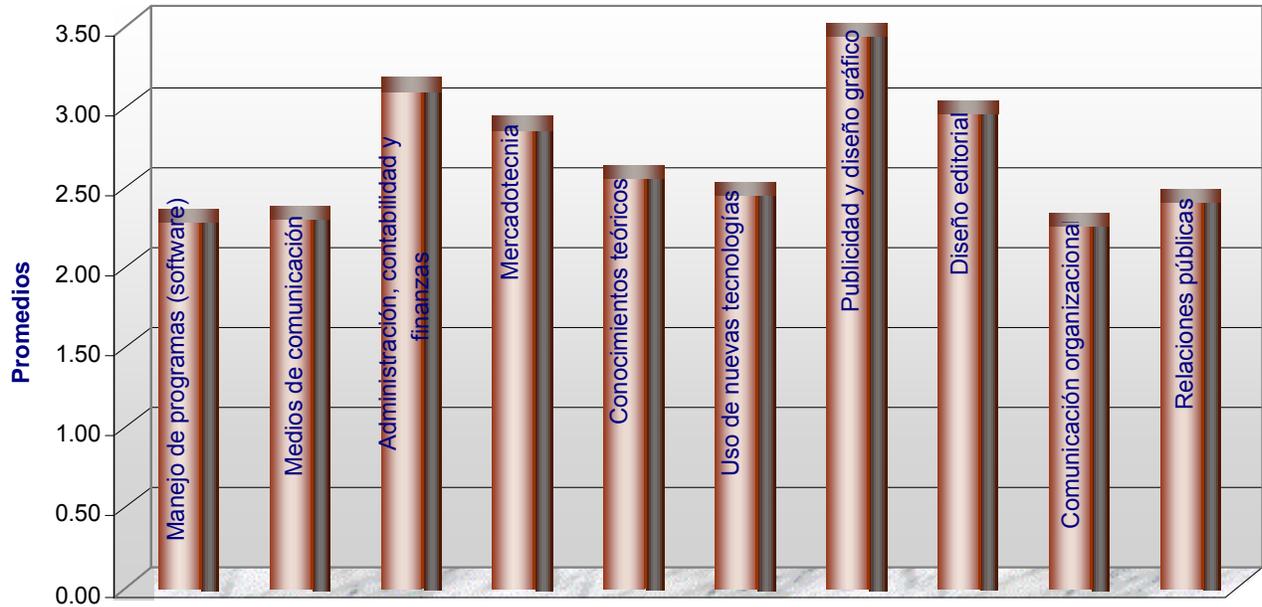
Las instituciones en la ciudad de Tijuana más acudidas para los estudios complementarios son la Universidad Autónoma de Baja California y el Cety's Universidad; a pesar de las necesidades de actualización académica, el 51.6% de los egresados manifestaron que en sus trabajos no se les ha promovido para complementar sus estudios.

e) Relación entre el desempeño profesional y la formación académica.

Se les pidió a los egresados que indicaran, según su experiencia, los conocimientos, las habilidades y las actitudes requeridas para el desempeño profesional. En la gráfica 2 se revela que los saberes más requeridos en el campo son: el dominio en la producción de medios de comunicación, el manejo de programas (software) y la comunicación organizacional; seguido por las relaciones públicas y las nuevas tecnologías en comunicación. Estos dos últimos

son especificaciones de la comunicación organizacional, así como del manejo de programas de cómputo y producción de medios de comunicación, respectivamente.³¹

Conocimientos requeridos para el desempeño de su trabajo actual, calificando del 1 al 5.

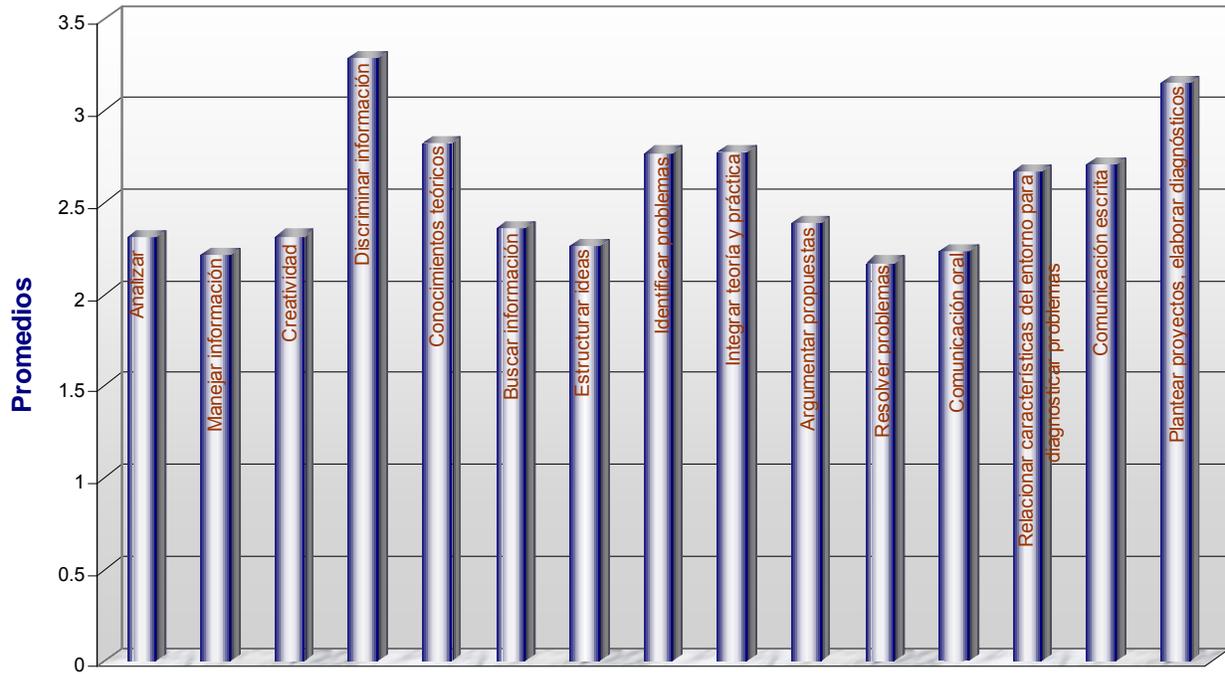


De acuerdo a la escala utilizada el promedio cercano al uno resulta ser el más alto

Sobre las habilidades esenciales para el desempeño profesional, destacan: resolver problemas, manejar información, estructurar ideas, la expresión o comunicación oral, la creatividad, saber analizar, buscar información y argumentar propuestas.

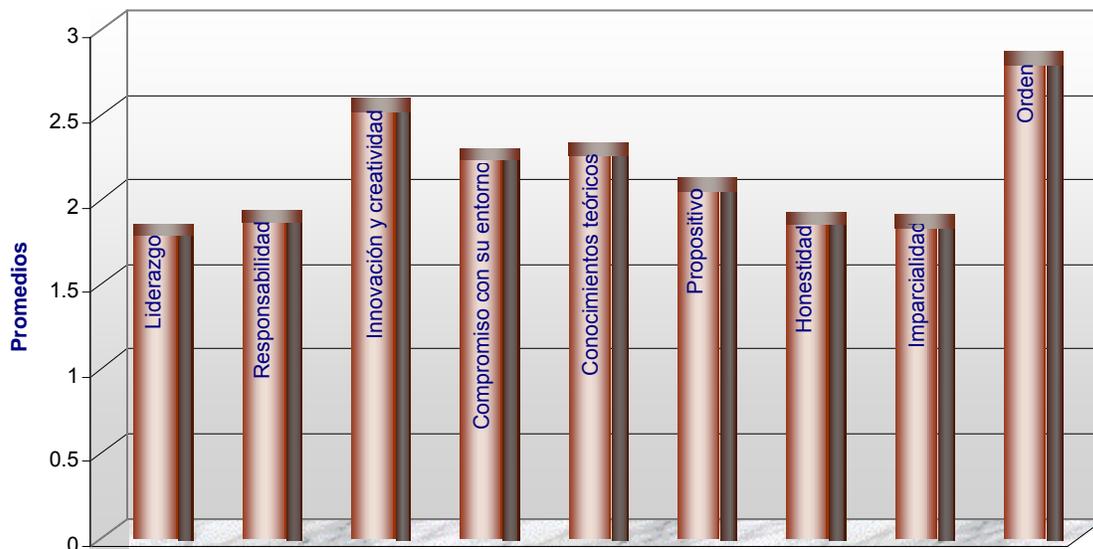
³¹ La escala que se utiliza es del 1 al 5 donde el uno representa la más alta calificación.

Habilidades requeridas para el desempeño de su trabajo actual, calificando del 1 al 5.



Por otra parte, los egresados manifestaron que han requerido de cualidades tales como el liderazgo, la responsabilidad, la imparcialidad y la honestidad a la hora de ejercer su profesión.

Actitudes requeridas para el desempeño de su trabajo actual, calificando del 1 al 5.



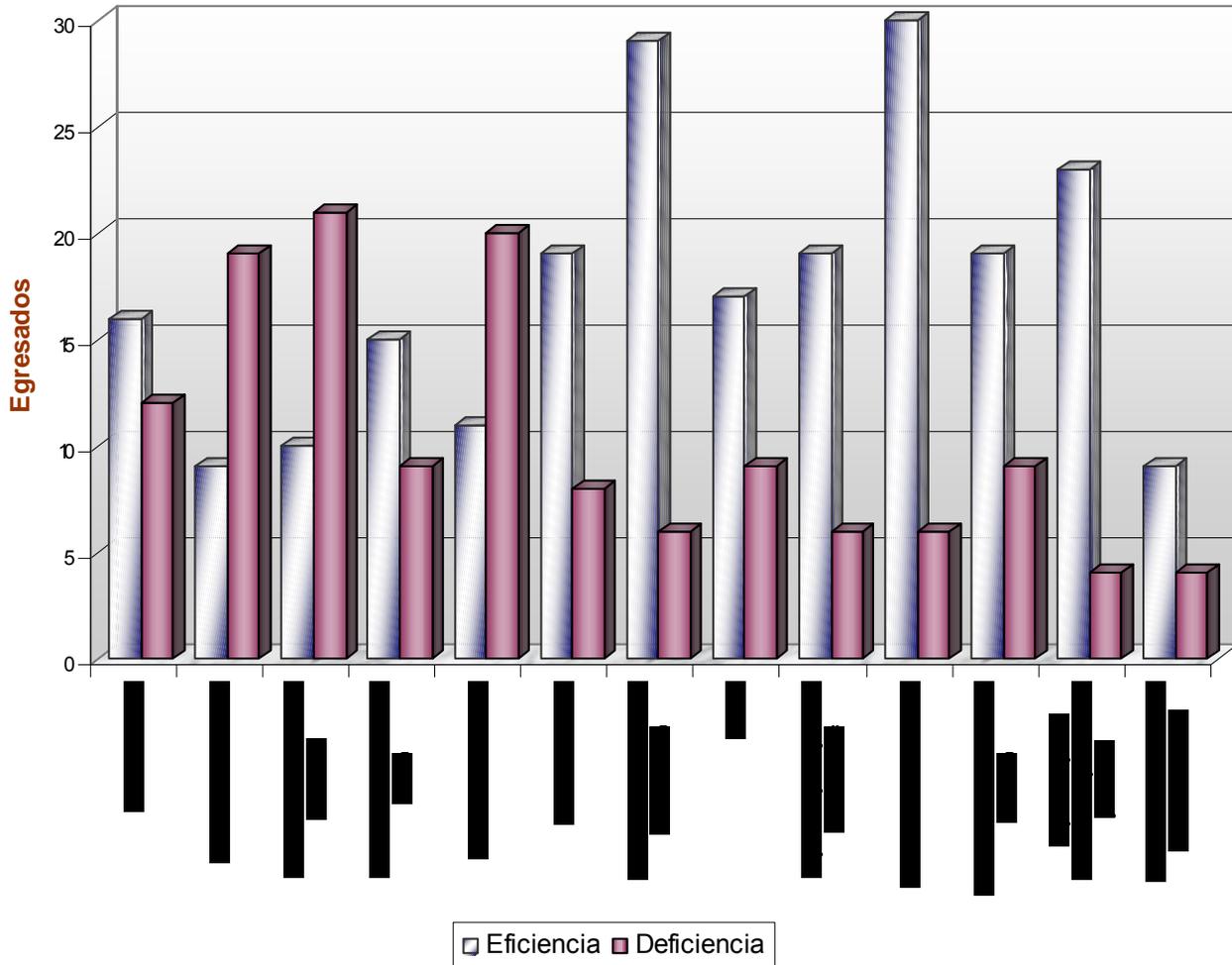
De acuerdo a la escala utilizada el promedio cercano al uno resulta ser el más alto

Lo anterior anticipa que el perfil del profesional de la comunicación, visto desde las necesidades del campo laboral y en versión de los egresados, es un comunicador experto en producción de mensajes a través de los medios de comunicación tradicionales y de nuevas tecnologías de comunicación. También nos indica que se requiere de un comunicador organizacional, experto en relaciones públicas.

Para ambos perfiles es necesario ser creativo en la resolución de problemas, saber buscar y manejar la información; proponer, estructurando adecuadamente sus ideas, y poder expresarse oralmente. En cuanto al saber ser, se requiere un líder responsable, honesto e imparcial.

Con la intención de correlacionar la información anterior, se preguntó a los egresados que a partir de la formación académica recibida en la carrera y según las necesidades del campo, indicaran el área de mayor eficiencia en el desempeño laboral. El resultando es que la capacidad analítica y lógica (34.1%) y la habilidad para la búsqueda de información (31.9%), son las mas representativas; revelando ésta como una fortaleza de nuestros egresados en tanto que es una de las áreas más requeridas para el desempeño profesional, tal como ellos mismos lo señalaron. En contraste, el área de mayor deficiencia en su formación académica es la enseñanza matemática y estadística y la enseñanza metodológica.

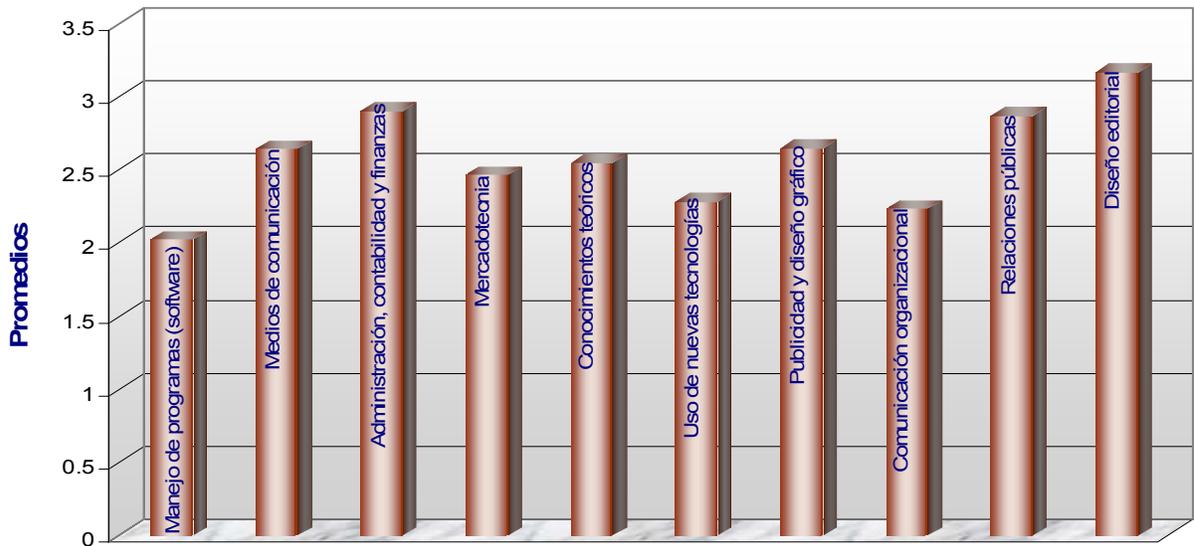
A partir de su formación académica, área que considera de mayor eficiencia y deficiencia en su desempeño laboral



f) Necesidades de formación en las nuevas áreas profesionales.

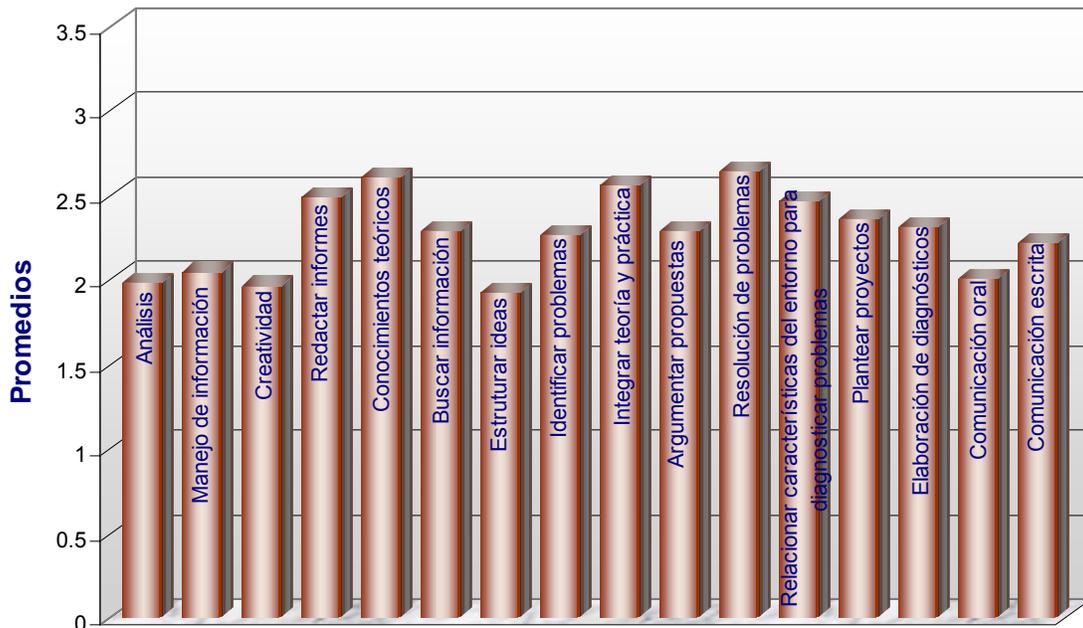
Las áreas emergentes en el campo profesional que fueron identificadas por los egresados son: la comunicación organizacional, el uso de las nuevas tecnologías en comunicación para la producción de mensajes y la habilidad para diseñar estrategias de comunicación. Los conocimientos requeridos para la inserción del comunicólogo son los programas de cómputo (software), comunicación organizacional y nuevas tecnologías de comunicación.

54. En esas nuevas áreas de trabajo, ¿qué conocimientos serían requeridos? Califique de 1 a 5.



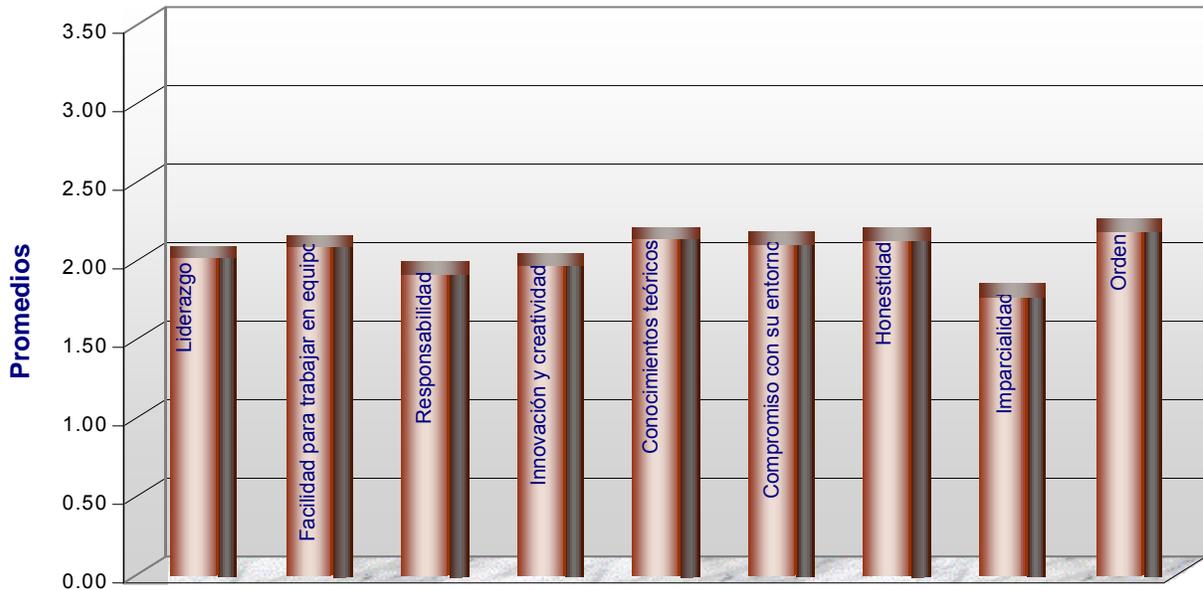
En lo que refiere a las habilidades en las nuevas áreas, los egresados indicaron que el saber estructurar ideas, saber recurrir a la creatividad y a la innovación y tener capacidad de análisis, son aquellas que se identifican de manera prospectiva.

54.1. En esas nuevas áreas de trabajo, ¿qué habilidades serían requeridas? Califique de 1 a 5.



Por su parte, la imparcialidad, la responsabilidad, la creatividad e innovación fueron las cualidades identificadas por los egresados como las más importantes para responder a las nuevas áreas profesionales de la comunicación. Nótese que tanto las habilidades como las actitudes, coinciden con aquellas identificadas para el desempeño de su trabajo actual, es decir, los egresados no identifican nuevas habilidades para las futuras áreas laborales.

54.2. En esas nuevas áreas de trabajo, ¿qué actitudes serían requeridas? Califique de 1 a 5.



En síntesis, el comunicólogo debe ser competente para diagnosticar problemas (73.6%), diseñar estrategias de solución (76.9%), y aplicar estrategias de solución (74.7%).

2.5.2.2. DIAGNÓSTICO CON PROFESORES

En este apartado presentamos las formulaciones analíticas y conclusivas sobre lo que requiere un egresado de comunicación de acuerdo a los empleadores, la guía de análisis de las entrevistas semiestructuradas, se incluye al final del documento (Anexo 5).

a) Condiciones laborales

Son pocos los aspectos a considerar al momento de contratar un profesional de la comunicación. Los empleadores expresaron que los aspectos actitudinales son los más importantes; se mencionaron principalmente la capacidad creativa y la actitud emprendedora. En cuanto a su preparación, los empleadores comentaron que buscan personas con un conocimiento amplio en temas de cultural general.

Los comentarios acerca de la contratación corresponden al espectro del campo profesional de la comunicación, es decir, es lo que buscan los empleadores independientemente de la universidad donde haya egresado el aspirante.

“Nosotros ya no ponderamos tanto la gran destreza académica, no queremos chicos de 10, queremos gente que sea muy creativa y gente que entienda el concepto de creación de ideas en un ambiente de libertad. Nosotros promovemos mucho eso, porque creemos que la persona puede ser más útil para la empresa en ese sentido.” Raúl Ruiz, Subdirector Editorial, Periódico Frontera.

b) Relación entre el desempeño profesional y la formación académica

Nuestros egresados, a diferencia de aquellos de otras universidades, se destacan en la realización de noticias culturales y de tipo comunitario debido a la carga humanista en la formación. Este argumento hace visible la relación entre las carreras de humanidades y la carrera de comunicación, las cuales comparten

asignaturas y diversas actividades desde la Etapa Básica, además del vínculo informal, posible por la convivencia natural entre estudiantes y profesores.

Aunado a lo anterior, los empleadores reconocen que nuestros egresados manifiestan un compromiso hacia las actividades desempeñadas, así como claras intenciones para hacer carrera dentro de la institución. Son personas capaces y dinámicas, con actitud y vocación de servicio en distintas áreas de desempeño dentro de las empresas.

En términos de los conocimientos profesionales, los empleadores identifican a nuestros egresados más capacitados para la producción de medios audiovisuales que los egresados de otras universidades de la ciudad.

En síntesis, las fortalezas de nuestros egresados son su formación valoral, que lo identifica entre los egresados de otras universidades, y su formación profesional en la producción de medios audiovisuales. Aspecto, este último, coincidente con la percepción de los egresados en cuanto a la caracterización del campo laboral actual y en prospectiva; señalado páginas atrás.

“La producción en medios en la UABC es sobresaliente frente a otras universidades” Lic. Héctor Villanueva, Subdirector de promoción cultural, Centro Cultural de Tijuana, CECUT.

Respecto a las debilidades observadas en los egresados de la carrera de comunicación de la UABC encontramos que los empleadores reclaman el que no tengan los conocimientos básicos y generales sobre lo que sucede a su alrededor. Se identifica en ellos una ausencia de información sobre la realidad social, política, económica y cultural; lo cual evidencia la falta de lectura sobre información general y poco desarrollo analítico.

Lo anterior resulta una carencia delicada en la competitividad de nuestros egresados en el mercado laboral, en tanto que los empleadores señalaron -tal como se observó arriba- que una de las razones para la contratación de profesionales de la comunicación son los conocimientos sobre cultura general. Nuestros egresados se identifican como los más desinformados y por lo tanto,

sin herramientas contextuales para la resolución de problemáticas de su entorno. Esta situación conlleva a que los comunicadores egresados de la UABC carezcan de ese sentido práctico necesario para la resolución de tareas diarias aparejado con la falta de experiencia profesional.

“La primera [deficiencia] y creo la más importante: falta de una cultura general, no leen. No están enterados de la realidad, de lo que ocurre afuera, y digo yo un comunicador [así] no sirve, en ese contexto no sirve... no solamente no están enterados sino que viven ajenos a la realidad... están desconectados de la realidad.” Raul Ruiz, Subdirector Editorial, Periódico Frontera

“En términos de conocimientos sí hay una correspondencia entre la formación y los requerimientos del trabajo. Lo político, lo económico y lo social es lo más débil, la Universidad no los proporciona. Lo de los conocimientos técnicos, falta la excelencia que pide la iniciativa privada. Comunicación está manca de ambas manos. Y falta la experiencia.” Lic. Héctor Villanueva, Subdirector de promoción cultural, CECUT.

Otro de los aspectos sobresalientes en cuanto a las debilidades de nuestros egresados es el poco conocimiento y habilidad para redactar y la poca motivación.

“...los puestos en los que están [los comunicadores de la UABC] no son de dirección sino de asistencia.” Lic. Héctor Villanueva, Subdirector de promoción cultural, CECUT.

Lo anterior sugiere que en el nuevo plan de estudios se diseñen estrategias de carácter formal tal como la experiencia de campo, las prácticas profesionales y en general, la vinculación académica en la operatividad del plan; que permita a nuestros estudiantes involucrarse a casos reales para desarrollar aquel sentido práctico aplicado a la resolución de problemas que demandan tanto el empleador como la misma dinámica profesional.

Consideramos que el enfoque por competencias y el propósito de fomentar el aprendizaje significativo acorde con el modelo constructivista, podrán permitir que el estudiante aprenda a través de casos reales y se vincule desde su experiencia formativa con el entorno.

c) Áreas de formación académica que debiera recibir un profesional de la comunicación

Para conocer la visión de los empleadores al respecto, se les preguntó directamente sobre las necesidades de formación académica para los futuros egresados. Señalaron en cuanto a conocimientos que es indispensable saber las normas generales de redacción, saber de métodos de investigación, conocer la paquetería de PC sobre producción de medios audiovisuales, saber diseñar proyectos sociales y culturales, tener conocimientos de comunicación interna y externa (diseño de estrategias públicas y publicitarias), conocer el entorno político, social, cultural y económico, saber de administración de recursos humanos y desarrollo organizacional y dominar una segunda lengua, se sugirió el inglés o el japonés.

“[Requieren] más asignaturas sobre relaciones públicas y ortografía, asignaturas sobre medios de comunicación... cómo organizar ruedas de prensa, cómo elaborar un boletín de prensa antes y después de un evento, la elaboración correcta de una síntesis informativa, la elaboración de archivos (seguimiento de la institución), diseño gráfico.” Lic. Claudia Urías, Coordinadora de comunicación del Instituto de Cultura de Baja California, Delegación Tijuana.

“En el caso de redacción en editores también, y en un área nueva que esta teniendo mucha fuerza es el área de encuestas, que necesitamos ahí análisis, gente con capacidad de hacer análisis y procesar información.” Raúl Ruiz, Subdirector Editorial, Periódico Frontera

La demanda de los empleadores en cuanto a las habilidades ideales para el desempeño profesional están: la expresión oral, la redacción, la facilidad para la comunicación interpersonal, lo cual implica habilidad para las relaciones públicas, y el trabajo en equipo. Capacidad de coordinación de grupos y actividades varias, capacidad de análisis, de negociación y adaptación a imprevistos.

Por último, en la formación de valores, los empleadores sugirieron que el profesional de la comunicación debe tener espíritu de cooperación, disposición,

servicio y compromiso. Debe sobresalir por su iniciativa, su honestidad y actitud permanente al aprendizaje

Falta “cierta madurez anticipada, que está muy ligada a los hábitos de lectura, a la capacidad de análisis, a la elaboración de proyectos, al vínculo de las materias específicas con los asuntos sociales, a la sensibilidad a los problemas, al interés en las situaciones políticas”. Lic. Héctor Villanueva, Subdirector de promoción cultural, CECUT.

2.5.2.3. DIAGNÓSTICO CON ESTUDIANTES

En esta sección los resultados incluidos son producto de varias fases analíticas, por tanto, su presentación obedece a un breve reporte sobre cada una de las categorías que se utilizaron para el rediseño curricular: plan de estudios vigente, proceso enseñanza-aprendizaje y los recursos humanos y materiales de la UABC.

a) Currícula del actual plan de estudios 1997-1

Los estudiantes sugirieron la integración del fundamento teórico con la formación práctica, orientada por los objetos socio-profesionales y operativizado en un plan semiflexible. En sus palabras:

“Se debe contemplar un área o materias que integren lo teórico con la formación práctica”,
“es necesario que tengan más claros los vínculos y secuencias que hay entre materias, y ver en qué semestres se pueden tomar”,
“definir con precisión vínculos y secuencias entre materias, así como hacer claras estas relaciones para cada semestre”,
“no hay un periodo o una materia que ayude a integrar los conocimientos de las diferentes materias, y luego uno tiene que estar viendo cómo y qué materias se relacionan”,
“nos deberían decir qué lugar ocupa o en qué parte del proceso de nuestra formación tiene cada materia”.

Lo anterior revela una carencia del plan de estudios actual, en tanto no hay una articulación explícita, constante y clara entre las asignaturas, las actividades de aprendizaje y la perspectiva de los maestros acerca del enfoque profesional. Como sugerencia para el nuevo plan, se identifica la necesidad de

diseñar un área de integración de conocimientos, en el cual se hagan evidentes habilidades y competencias aprendidas de las diferentes áreas durante toda la carrera y que cada materia haga visible su ubicación cognoscitiva en el plan, así como las relaciones con otras materias.

Así mismo, los estudiantes afirmaron que es necesario propiciar la *interdisciplinariedad* como eje de formación, desde una reflexión fuerte y bien fundamentada de las tendencias contemporáneas en Ciencias Sociales, se deben desarrollar habilidades de pensamiento crítico y analítico, pero ligados a los conocimientos en comunicación.

b) Enseñanza aprendizaje

En este aspecto los estudiantes concluyeron que se debe privilegiar el uso de las cartas descriptivas por competencias como espacio de vínculo académico entre profesor, alumno y plan curricular. Que los estudiantes deberían conocer los contenidos, el material didáctico y la bibliografía de cada materia para que desarrollen las capacidades autodidactas. Así mismo, se debe promover, desde el aula de clase, la relación dialógica y la retroalimentación entre profesor y alumno. En conclusión, se debe “practicar, por completo, el modelo constructivista y el desarrollo de competencias, con el fin de erradicar la enseñanza informativa y memorística.

“Es necesario cambiar la manera de dar clases, con el fin de erradicar las clases y los maestros que enseñan con la lógica informativa y de memoria.”

“Hay maestros que no dan las cartas descriptivas al inicio del semestre, por lo que es complicado dar seguimiento al curso.”

“Sería importante que se conozcan, antes de inscribir la materia, los contenidos, material didáctico y/o bibliografía, con la idea de saber cómo puedo conseguir el material o la bibliografía a utilizar. “

Por otra parte, cada área, y sus correspondientes materias deben contemplar el desarrollo de competencias con elementos propios de la realidad sociocultural local y regional, así como con situaciones de la vida profesional. Se

deben desarrollar las habilidades identificación y reflexión sobre el contexto sociocultural e histórico en el que se ubican las dinámicas contemporáneas de la comunicación (globalización).

“Las materias se deben llevar a cabo, o estar relacionadas, con cosas actuales y reales que se viven en la ciudad o sociedad.”

“Se deben [impartir] materias como habilidades de pensamiento crítico y analítico, pero ligados a los conocimientos en comunicación.”

“Nos deben de dar las habilidades para ver el contexto histórico en el que se da la comunicación y entender lo que pasa en la actualidad”.

Este comentario se relaciona estrechamente con la demanda de los empleadores respecto al escaso conocimiento de la realidad social y contextual y la poca vinculación de nuestros egresados con el mundo que les rodea.

c) Operatividad del plan de estudio

El funcionamiento del plan de estudios, su puesta en marcha y su desarrollo debe abordarse desde varios aspectos. En primer lugar, la relación de la etapa disciplinaria con la etapa básica. Al respecto, los estudiantes coincidieron en afirmar que los dos primeros semestres de la carrera a través de los cuales comparten clases con aquellos de las carreras de Humanidades, debe evitar una transición abrupta de la Etapa Básica al área disciplinar, sensibilizando al alumno sobre el aspecto sociocultural y humano de la comunicación, más que el manejo acumulativo de contenidos teóricos.

“El cambio curricular debe evitar una transición drástica de la Etapa Básica al área disciplinar, acercándonos al aspecto social y humano de la comunicación, más que el manejo de tantos contenidos teóricos.”

Otro de los aspectos a considerar en la operatividad del plan es el programa de tutorías, indispensable para un modelo flexible. Los comentarios de los estudiantes estuvieron coincidentes en las ventajas de las tutorías, aunque se hace necesario mejorar el programa para dar un adecuado seguimiento a los alumnos en la toma de las decisiones académicas. También se solicitó cuidar el

nivel de las tutorías, ya que en muchas ocasiones no se ofrecen con la mejor calidad y dedicación. Así mismo, sugieren que el tutor sea un académico experto en las áreas o perfiles de los estudiantes, y que en la información que debe ofrecerse, se incluyan las características y el funcionamiento correcto del plan curricular.

“Las tutorías no funcionan completamente o como deben de ser, pues son muy necesarias para dar seguimiento en la toma de decisiones académicas de nuestra carrera.”

“Es necesario que las tutorías se den adecuadamente, principalmente cuidar a los maestros que las dan y que sean de los perfiles que uno está buscando.”

Dentro de las temáticas abordadas por los estudiantes respecto a la operatividad es la falta de conocimiento del mismo plan de estudios. La escuela y la carrera deberían tener bien definidos perfil de ingreso y perfil de egreso así como asesorar e informar sobre los diferentes perfiles profesionales, sus características y los posibles escenarios laborales.

“No se sabe cómo funciona el plan de estudios, ni mucho menos cuáles son las áreas que uno puedo ir contemplando e ir decidiendo su perfil y que esté relacionado con el campo de trabajo.”

En esta reflexión se incluyó el procedimiento de inscripción. Se sugirió establecer un mejor mecanismo de inscripción que no afecte a quienes tienen definido su perfil. La modalidad flexible se desperdicia cuando no hay un dispositivo académico-administrativo que permita al estudiante escoger con libertad las asignaturas que desea cursar, y muchas veces, los estudiantes deben inscribirse en las asignaturas solamente por los créditos o porque es conveniente en el horario que se imparte y no por una decisión de formación profesional.

“La forma de las inscripciones afecta a los que tienen definido su perfil.”

d) Recursos materiales y humanos

En los comentarios de los estudiantes se evidenció un desconocimiento acerca del proceso de reestructuración universitaria en el cual, muchos maestros y personal de apoyo administrativo, dejaron la universidad. Se manifestó un resentimiento por lo drástico del cambio, y sugirieron cuidar el proceso de selección y contratación del profesorado en dos aspectos: con el perfil acertado para la materia o el área; y que cuenten con un mínimo de experiencia docente, ya que generalmente carecen de estrategias didácticas para propiciar una vida académica y colegiada. Todo lo anterior debe estar apoyado en la aplicación y uso de una adecuada evaluación a profesores.

“Se debe cuidar más a los profesores que entran a impartir clases, que sean del área en la que van a dar clases y que sepan de pedagogía algo, para no tener los problemas que luego se presentan con algunos profesores.”

“Deberían tomar más en cuenta la evaluación de profesores, pues muchas veces no se sabe qué pasa.”

2.5.2.4. Diagnóstico con profesores

Con los docentes se fijó la tarea prioritaria de realizar en conjunto un diagnóstico que tuviera como objetivo principal contribuir a determinar el estado del Plan de Estudios Vigente de la comunicación en la Escuela de Humanidades a nivel licenciatura, con base en un taller reflexivo que cubriese los diversos aspectos en este nivel de formación. Particularmente en su relación con la estructura académica y especificaciones operativas del Plan: organización de objetivos, contenidos, actividades, etcétera, de las unidades de trabajo (materias, asignaturas, módulos, talleres).

En la sesión con los profesores se elaboró grupalmente, mediante la discusión de ciertos temas surgidos desde los participantes, una tabla, la cual resume y concreta las formulaciones analíticas:

TALLER DE ANÁLISIS DE PLAN DE ESTUDIO VIGENTE

Estado de las cosas	Propuestas de mejora
Se imparte mucha historia en las materias	Pensar más en función de aplicación y procedimientos de reflexión sin olvidar el contexto sociohistórico
Algunas materias (como ética y filosofía de la comunicación) están desarticuladas del Plan de Estudio y de la Etapa Básica, no se coordinan con el resto	Articular y estructurar las materias del plan de estudios de acuerdo al contexto de una u otra área y de los contenidos sustantivos
No hay secuencia entre las materias, tampoco coherencia entre ellas. Los alumnos no se acuerdan de los contenidos vistos en los talleres.	Una fuerte seriación de las materias que implique acortar el tiempo (que no se rompa la secuencia por varios semestres) entre una y otra para mejorar la programación de la formación.
Algunas materias no tienen perspectiva	Plantear las perspectivas relevantes de cada materia así como su finalidad de acuerdo a la función social
Es difícil impartir lo histórico (historia de foto, por ejemplo) con lo técnico en los talleres	Hay que pensar este tipo de materias en niveles, distinguir lo técnico de lo histórico
Los cambios tecnológicos hacen obsoleto el aspecto técnico en los talleres	Se tienen que adaptar las nuevas tecnologías en los talleres
No hay buena oferta de materias, así como sus horarios.	Establecer estrategias para resolver este aspecto
El Plan Flexible es absolutamente flexible	Inscripción rigurosa y labor de tutorías con el alumno para prever que no sea tan abierto
No hay modificaciones sustanciales en los planes de estudio (Plan Rígido y Plan Flexible)	Se requiere tener la claridad en los cambios y propuestas realizadas del nuevo Plan de Estudios
Falta criterio de estructuración del Plan de Estudios	Capacitar en la lógica de estructuración (competencias, habilidades y conocimientos, articulación entre materias, cómo se asignan los créditos) del nuevo plan de estudios, así como entrega de un informe "ejecutivo" del nuevo plan de estudios para orientar en la secuencia y lo que se imparte en otras materias

El espacio y equipo no permite desarrollar la materia al cien por ciento	Pensar en estrategias de programación de formación para adecuar la infraestructura
--	--

Algunas conclusiones importantes sobre la evaluación crítica del Plan de Estudios (problemas, necesidades y perspectivas de análisis), así como de las recomendaciones que se expresaron, se plantean de forma descriptiva a partir de una categorización formulada de manera a posteriori a la sesión:

a) Currícula / plan de estudio

La restricción de concebir la currícula de forma integral, limitada sólo al ámbito de los programas de estudio, impide una reflexión más profunda sobre los criterios de estructuración del Plan de Estudios. Esto constituye una valoración negativa de la elaboración de planes de estudio (tanto el Rígido como el Flexible) pues no se perciben modificaciones sustanciales ni argumentos de su condición curricular.

En el diseño del Plan de Estudio debe seguirse un enfoque sistémico sin perder de vista la implementación dinámica. Es decir, el plan de estudio debe concebir integral y coherentemente las áreas de formación y éstas con el ejercicio profesional ubicado en un contexto sociohistórico.

b) Enseñanza-aprendizaje

La desarticulación entre las asignaturas de la etapa disciplinar (así como con la etapa básica) y la falta de capacitación del profesorado sobre el plan en general, fragmenta el conocimiento planteado en el esquema curricular y

pedagógico. El resultado es la inconsistencia en la secuencia de materias y la incapacidad del alumnado de integrar sus conocimientos en función del perfil profesional planteado por la carrera de comunicación.

Configurar las asignaturas de acuerdo al contexto del área de formación. Esto implica una fuerte seriación de las materias en función de mejorar la programación pedagógica. Asimismo, requiere de pensar en el diseño curricular los tipos de asignatura en niveles que permitan distinguir las competencias.

La preparación y capacitación a docentes de planta y asignatura en la interpretación del nuevo Plan de Estudio (competencias, habilidades y conocimientos, articulación entre materias, cómo se asignan los créditos), así como la distribución de informes sintéticos que orienten la secuencia de las materias y su finalidad en la estructura del Plan.

c) Operatividad del plan de estudio

La necesidad de definir una perspectiva a las asignaturas del plan flexible, aun cuando cubren nuevas áreas del ejercicio profesional, son “absolutamente flexibles”. Esto implica un creciente distanciamiento con respecto a un perfil profesional, y en concreto, a las prácticas profesionales del área de comunicación, por atender temáticas y contenidos de forma general.

La orientación y perspectiva de cada asignatura deben diseñarse de acuerdo a procedimientos de reflexión y aplicación relevantes en la función social de la profesión. De esta manera las inscripciones resultan ser más

rigurosas y se facilita la labor de tutorías con el alumno previendo cierto nivel de flexibilidad.

d) Recursos materiales y humanos

La carencia de adecuados elementos académicos y materiales no permiten desarrollar en forma dinámica, y al cien por ciento, el plan de estudios. Dicha escasez de recursos humanos, financieros y materiales dentro de la cual opera la carrera de comunicación exige una maximización de los existentes y capacitación de los cambios tecnológicos que modifican estructuralmente a los talleres.

Debe evaluarse y analizarse el impacto de las nuevas tecnologías de información y su mediación con la universidad (adaptación con los talleres de comunicación) en función de las necesidades regionales. Asimismo, se requiere de diseños y estrategias para mejorar la distribución de funciones y de infraestructura, en el uso del espacio y equipo.

2.6.1. REVISIÓN DE PLANES DE ESTUDIO DE COMUNICACIÓN EN LA REGIÓN

De acuerdo a las condiciones de la región transfronteriza, se ha realizado una revisión de dos planes de estudio: *San Diego State University* (SDSU), de San Diego, California; *Universidad Iberoamericana Tijuana* (UIA Tijuana) de la ciudad de Tijuana, B.C. Se tomaron como criterios de análisis la estructura curricular y sus perfiles de egreso, para describir los elementos básicos que componen la

formación del profesional de la comunicación, así como los escenarios profesionales donde se puede insertar.

2.6.1.1. LA CARRERA DE COMUNICACIÓN EN SDSU.

Su plan curricular está estructurado de acuerdo a dos perfiles de egreso: comunicación general con especialidad en relaciones públicas y publicidad, y periodismo.

Comunicación general con especialidad en relaciones públicas y publicidad.

Para este plan de estudios, SDSU propone formar a profesionales de la comunicación a partir de dos ejes de formación: el primero sobre el desarrollo de las prácticas de comunicación humana, que se alimenta de conocimientos teóricos de comunicación y su relación con problemáticas sociales. El segundo, a partir de los aportes de las artes y las humanidades (literatura, dramaturgia, la retórica, el discurso, etc) como referente de la comunicación “eficaz”. Ambos ejes se articulan bajo la premisa de entender que la comunicación es una forma de organización de la vida social y comprende la comunicación interpersonal, la grupal, en organizaciones y los procesos mediáticos.

Un aspecto a resaltar, es que en la parte terminal llevan cursos referentes a la condición cultural y social del mundo contemporáneo como los problemas de la interculturalidad, entre otros. Vale enfatizar que el eje fuerte de este plan está en las materias de literatura.

De esta forma, el profesional de la comunicación puede ser empleado en áreas de ventas, recursos humanos, áreas de capacitación de diferentes

organizaciones y corporativos, gerencia de medios, agencias de marketing y el sector educativo, fundamentalmente. Como vemos, el perfil de este profesional de la comunicación tiene las características de ser hábil con el (o los) discurso(s) para intervenir en la sociedad con fines persuasivos.

Periodismo.

Este perfil tiene casi la misma base de formación que la descrita anteriormente, solo que la variante es que se les enseña a manejar discursos, sobre todo periodísticos, en los diferentes medios de comunicación. La cuestión ética se menciona pero no se percibe su formación en la estructura curricular. El periodismo se enfoca a medios electrónicos. Sus habilidades fundamentales se centran en manejar la escritura como forma de comunicación y expresión.

El profesional de la comunicación de este perfil puede ser empleado como escritor, reportero o de redactores específicamente de medios de comunicación de masas y multimedia, agencias noticiosas.

2.6.1.2. LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UIA CAMPUS TIJUANA.

La Universidad Iberoamericana en Tijuana cuenta con un plan de estudios que busca formar profesionales de la comunicación humana fundamentalmente como productores de mensajes en medios masivos y en procesos de comunicación en organizaciones.

La estructura curricular está basada en conocimientos tanto humanísticos (literatura, cine, teatro) como de algunos fundamentos de las ciencias sociales, de contexto de la realidad social en general, de administración de empresas

ligado a las organizaciones y las de habilidades en producción de medios. En la fase terminal algunas materias se orientan a la mercadotecnia y las artes, de manera aislada. Se hace énfasis en sus habilidades de manejar la expresión oral y escrita con materias de este tipo. Cabe destacar que se hace mención de que el profesional de este programa pretende solucionar problemáticas de comunicación en su sociedad sin hacer referencia específica con el entorno inmediato como la región y la localidad.

El profesional de la comunicación de este programa de estudios puede ser empleado en medios de comunicación de masas, organizaciones no gubernamentales o corporativos, instituciones culturales o de manera independiente con proyectos de producción, difusión o comunicación organizacional.

2.7. PROBLEMÁTICAS GENERALES PARA EL REDISEÑO CURRICULAR

Después de realizar análisis transversales, considerando los aspectos contextuales, disciplinares, socio-profesionales e institucionales que inciden en la vida del comunicólogo, y con base en la información arrojada en el diagnóstico, se formularon tres problemáticas generales.

- **Dificultad para identificar los procesos de comunicación existentes en el contexto social, cultural, político, económico e histórico, así**

como las problemáticas comunicacionales asociadas a dichos procesos.

De acuerdo a investigadores del campo académico de la comunicación en México y en el mundo, esta dificultad resulta la más común para los profesionistas de la comunicación: el hecho comunicativo se identifica en las interacciones y prácticas humanas, y en las mediaciones tecnológicas (medios masivos de comunicación) que ponen en circulación una inmensa cantidad de mensajes en la sociedad, lo que presenta muchas problemáticas de entendimiento teórico y práctico en varias dimensiones.

Por un lado, porque esta dificultad responde a las tensiones y carencias del campo de la comunicación (8.7 % de producción de libro sobre comunicación de 1995 a 2001, por ejemplo), como bien se ha demostrado en el apartado disciplinar, y como han observado y concordado los dictaminadores expertos en el área.

Esto en parte explica la gran variedad de nociones sobre la comunicación como práctica profesional y como fenómeno humano y mediático: algunas escuelas de comunicación privilegian la parte técnica y otras, la parte humanística y científica social, envolviendo “todo” con la comunicación. Esta perspectiva multidisciplinar deriva en un pensamiento fragmentado de la comunicación –según concluyó la comisión a partir de reflexiones del profesorado y del alumnado-, también facilitado por los actores académicos

quienes, en muchas ocasiones, dan cuenta de la comunicación desde su disciplina: sociología, psicología, antropología, lingüística, etcétera.

Sin embargo, no hay que olvidar que la disciplina y su despliegue curricular son relativamente “jóvenes” en comparación con otras que cuentan con un insumo teórico-práctico más desarrollado.

Por otro lado, se encuentra la dificultad propia del egresado de la comunicación, con su profesión también reciente (casi el 95% de los comunicólogos son menores de 35 años), implicado en su mayoría en los medios masivos de comunicación produciendo mensajes, con cierto desconocimiento del contexto social, cultural, político e histórico (“falta de conocimiento del entorno”, según comentan quienes los contratan), y de los procesos de comunicación como mencionaron alumnos y egresados al explicitar la necesidad de articular el conocimiento sobre la comunicación con el contexto donde se desenvuelven (de acuerdo con los datos con alumnos y egresados). En suma hay un desconocimiento de los espacios particulares de la comunicación como actividad profesional.

- **Al comunicólogo se le dificulta proponer soluciones a problemas comunicacionales debido a la falta de articulación de sus recursos (conocimientos, habilidades y actitudes) para enfrentarse a las transformaciones del campo profesional.**

Esta problemática identifica una de las carencias profesionales que enfrenta el egresado en comunicación que tiene que ver con la capacidad de proponer **estrategias de solución a problemas de comunicación** y que tiene también su antecedente en la manera dispersa de conceptualizar la comunicación en el mismo campo académico de la comunicación. Como problemática se ha fundamentado bajo dos puntos que se hicieron visibles en el diagnóstico, tanto en su fase externa con egresados y empleadores, como en su fase interna con alumnos del Plan Flexible.

La lectura analítica a este diagnóstico, nos ha permitido hacer visible que el egresado de la carrera de comunicación, si bien ha aprendido una serie de elementos tanto teóricos como prácticos (o de ejecución técnica), en la experiencia profesional le son insuficientes en tanto no logra articularlos. Por un lado, sabe cuestiones teóricas básicas sobre comunicación, siendo uno de sus rasgos la capacidad analítica y lógica (34.1%) y la habilidad para la búsqueda de información (31.9%) y otros elementos humanísticos; pero del otro lado, ha desarrollado habilidades para el uso de tecnología en medios.

Estamos ante el problema antes mencionado, donde el profesional de la comunicación experimenta la escisión entre teoría y la práctica, pues no ha logrado incorporar a la visión de su disciplina, saberes que –articulados- le permiten ser competente para diseñar o proponer estrategias de solución.³² (En

³² Es necesario enfatizar que la desarticulación entre teoría y práctica es sintomático de una situación generalizada, que representa una de las características fundamentales del campo académico de la comunicación en el ámbito nacional y continental; la cual ha sido detallada páginas atrás.

nuestro diagnóstico este elemento representa el 76.9% de las necesidades del mercado laboral).

Lo anterior revela una carencia del plan de estudios actual, en tanto no hay una articulación explícita, constante y clara entre las asignaturas de tipo teórico con las asignaturas de tipo práctico, así como de las actividades de aprendizaje y las perspectivas de los maestros acerca del enfoque profesional del estudiante de comunicación que genere en los alumnos la competencia de argumentar propuestas.

- **Al comunicólogo se le dificulta resolver problemas de comunicación lo cual lo hace participar limitadamente en el ámbito profesional.**

Siguiendo el fundamento de las problemáticas 1 y 2, y en relación también a nuestro diagnóstico, la tarea profesional de llevar a cabo la concreción de las propuestas, esto es, una vez que se genera la competencia para **ubicar y contextualizar** problemáticas comunicacionales; así como también tener la capacidad de **diseñar** propuestas de solución, la actividad de **ejecutar** estas propuestas aparece como uno de los grandes retos que el profesional de la comunicación debe enfrentar en cualquier ámbito laboral.

Este reto en la formación profesional adquiere mayor fundamento al incorporar el resultado del diagnóstico donde, en voz de los egresados, la habilidad para **aplicar estrategias de solución** está representada con un 74.7% como una cualidad esencial en el nuevo comunicólogo en la región.

Si bien, los egresados tienen algunas habilidades aprendidas, no logran pasar el nivel de la aplicación de posibilidades de solución, en tanto la disciplina los forma en comprender disociadamente la teoría con la práctica (problemática 1), y por ende, ver reflejada la misma situación en la vida profesional. Es decir, se promueve una desvinculación entre la mirada teórica para comprender comunicacionalmente una dinámica social, y ver, de acuerdo con lo que sabe en cuanto a aplicación de recursos tecnológicos y de intervención, sus posibilidades de llevar a cabo esas estrategias que en la problemática 2 debe superarse.

Por otra parte, la información obtenida en el diagnóstico respecto a que el 60.6% de los egresados desempeña su trabajo en equipo, nos dice que los egresados requieren reforzar sus habilidades para trabajar en equipos multidisciplinarios, así como el fomento de características valorales tales como la tolerancia, la aceptación a la diversidad de ideas y el liderazgo en la toma de decisiones y en la ejecución de las estrategias de solución a los problemas de comunicación. Estos aspectos han sido considerados en la formulación de las competencias que se desprenden del planteamiento de las anteriores problemáticas (ver anexo 6)

2.8. SOBRE LA ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Con la información generada del diagnóstico y con las conclusiones formuladas por la comisión sobre las problemáticas y dificultades que enfrentan los egresados de la licenciatura en comunicación de la Universidad Autónoma

de Baja California, se inició un proceso de diseño y desarrollo curricular por competencias (Anexo 6).

Para el desarrollo curricular por competencias se trabajaron varios formatos proporcionados por el Departamento de Formación Básica de la UABC. Dichos formatos apoyaron la explicitación del plan de estudios y su debida articulación en varias fases:

- a) *Competencias generales.* Una vez identificadas las problemáticas que enfrenta el egresado, se exponen las competencias generales a desarrollar durante la trayectoria curricular del futuro estudiante (dichas competencias generales emergieron de la discusión colegiada de la comisión). Además, el cuadro considera los ámbitos donde se despliegan dichas competencias generales.
- b) *Competencias específicas.* La siguiente fase de desarrollo curricular consistió en la identificación de las competencias específicas que integran cada competencia general.
- c) *Análisis de las competencias.* Después de identificar las competencias específicas, se analizan los elementos constitutivos de cada competencia específica: conocimientos (qué debe saber), habilidades (qué debe saber hacer) y actitudes (qué debe ser) que deben desarrollarse en el estudiante de la licenciatura en comunicación.
- d) *Evidencias de desempeño:* La comisión para el rediseño curricular, en esta fase, estableció un producto evaluable por cada competencia

específica. En este sentido, se evidencia la generación y desarrollo de competencias por parte del alumnado.

- e) *Materia integradora, periodo integrador, área y conjunto de materias:*
Con fines de articular el plan de estudios por el modelo de competencias, además de estructurar la composición del mapa curricular de la carrera profesional, se recurre al análisis de varias dimensiones. Se parte de la competencia específica y se analiza en qué asignatura se puede “concretar” dicha competencia, a qué periodo o semestre corresponde, en qué área de conocimiento se ubica, y cuáles son el conjunto de materias que apoyan el desarrollo y “concreción” de la competencia.

Cada fase fue clave, el documento de “Desarrollo curricular” resultó la base para buena parte de la estructuración general del nuevo plan, del perfil de ingreso y egreso, el perfil profesional, mapa curricular, cartas descriptivas o de estudio bajo el modelo de competencias, mecanismos de operación, entre otros aspectos ligados al plan de estudios.

FILOSOFÍA EDUCATIVA

3. FILOSOFÍA EDUCATIVA

En el Plan de Desarrollo Institucional 2003-2006, la UABC enuncia que su misión es la de contribuir en la construcción de una sociedad justa, democrática,

equitativa y respetuosa de su medio ambiente. Para ello, formar profesionales capacitados para enfrentar y resolver una mirada de retos para el presente y el futuro de los bajacalifornianos. Los conocimientos derivados de las ciencias, las humanidades, las innovaciones, invenciones o aplicaciones tecnológicas que generen nuestros universitarios, en consecuencia, deben ser pertinentes para el desarrollo sustentable regional, con amplias posibilidades de aplicación en diversos ámbitos de otras escalas geopolíticas.

Nuestra universidad se afana, en consecuencia, por lograr que el modelo educativo centrado en el aprendizaje y las competencias profesionales de sus estudiantes sean la razón de ser todos sus procesos. Por ello, concibe las funciones sustantivas de docencia, investigación y vinculación permanentemente interactuando entre sí y con el entorno regional.

3.1. Misión de la UABC

Para cumplir su misión, nuestra universidad ha formulado nueve políticas. La primera consiste en atender integralmente al estudiante su durante su estancia en la UABC, para propiciar y fortalecer su participación activa en el modelo educativo centrado en el aprendizaje a lo largo de toda la vida. La segunda es contar con una nueva oferta educativa, con la finalidad de establecer acciones que la ayuden en la ampliación de la cobertura de ingreso a las licenciaturas, con programas educativos innovadores, abiertos y flexibles.

La tercera política se refiere a la investigación como eje de la actividad académica. Se busca impulsar la investigación en todas las áreas del conocimiento y la tecnología, desarrollando o consolidando sus cuerpos académicos y sus respectivas líneas de generación y aplicación del conocimiento. Le sigue la vinculación universitaria con los sectores externos. Se busca crear un sistema integrador con el medio social, por el cual fluyan constantemente los conocimientos, productos y servicios universitarios. El quinto propósito es garantizar la calidad de los programas educativos. La UABC entiende la calidad educativa como un conjunto de evidencias, a saber, programas educativos eficaces, eficientes, equitativos, trascendentes y pertinentes para las necesidades sociales.

El sexto principio de estas políticas es lograr procesos de coordinación intra e interinstitucionales. Esto nos lleva a buscar el máximo aprovechamiento de los recursos de la UABC. Deben propiciarse acciones coordinadas, con diversas perspectivas y niveles a través de redes de vinculación internas y externas en apoyo a la toma de decisiones que beneficien las funciones sustantivas. Como séptimo principio está la reorganización institucional. En los plazos cortos, medianos y largos debemos transformar cualitativamente los diversos sectores que forman la UABC, incluidas las unidades académicas, coordinaciones y departamentos para adecuarlas a las cambiantes y demandantes condiciones actuales y futuras. La octava política promueve cualidades como el liderazgo y la participación de la comunidad universitaria.

Finalmente, es necesario avanzar en materia de planeación y evaluación para que sean actividades permanentes y determinantes para la toma de decisiones, esto por la vocación de rendición de cuentas a la sociedad que nos debemos. Planificar, evaluar e informar, siempre y con transparencia, apoyan la toma de decisiones para mejorar sustancialmente nuestros programas educativos, nuestras investigaciones y nuestras acciones de vinculación, además de las funciones adjetivas.

La filosofía educativa de la UABC, en consecuencia, invita a profesores, investigadores, estudiantes, autoridades y personal de apoyo a convertir en prácticas efectivas el esfuerzo disciplinado para lograr metas relevantes, el sentido de justicia, la corresponsabilidad, el respeto a la diversidad y pluralidad de ideas sin demérito de la criticidad y el aprecio hacia el resto de la comunidad.

3.2. Perspectiva sobre el proceso enseñanza-aprendizaje

El contexto institucional de la filosofía educativa de la UABC permite entender la importancia que tiene el diseño y la actualización de los planes y programas de estudio. Es vital que lo que sucede en las aulas no se conforme con transferir conocimientos o ciertas destrezas. Debe acentuarse en los estudiantes una vocación dual; descubrir y construir conocimientos, innovarlos siempre que sea posible, y generar entornos propicios para la formación integral.

Una aspiración como esta nos compromete, en gran medida, con diversas posturas pedagógicas que comparten una visión holística a favor de la integración y la multidisciplinaridad. Hoy sabemos que la educabilidad del ser humano puede hacer que su inteligencia lo lleve a buscar soluciones a los más

diversos y complejos problemas. Por esa razón, más que predeterminada por la clase social, la raza o el lugar de nacimiento, la inteligencia de cada ser humano se potencia por medio de la educación. La inteligencia humana está totalmente entreverada a las vivencias individuales y colectivas. Está, en consecuencia, saturada de cultura, de historicidad. De ahí la importancia de considerar los diferentes estilos de aprendizaje para el diseño de oportunidades equitativas para aprender.

Siendo así, no es de extrañarse que el estudiante deba comprometerse con su aprendizaje, si es que quiere privilegiarse la parte activa en su favor. El docente tiene, en consecuencia, el rol de problematizar el objeto de aprendizaje para incentivar su creatividad y la de la comunidad estudiantil. Debe el profesor, inevitablemente, crear un clima de apertura, animar a los jóvenes a interactuar y cooperar entre ellos y con él, aprender a aceptar que hay diferentes puntos de vista y que lo fundamental no es estar todos en acuerdo unánime en asuntos graves y delicados para la vida social, sino descubrir los puntos de acuerdo fundamentales para actuar en beneficio de la sociedad con respeto absoluto a la legalidad.

Este breve repaso de convicciones ayuda a entender la relevancia de los planes de estudios diseñados por competencias profesionales. Para nuestras licenciaturas es crucial el aprendizaje colaborativo y comprometido socialmente para hacer frente a las incontables contradicciones estructurales propias de la compleja realidad mexicana y mundial. Tanta importancia tienen, igualmente, las

actividades emprendedoras que promuevan acciones y proyectos que beneficien económicamente a los propios egresados y a la comunidad.

Aprender a trabajar en equipo para proponer soluciones o retroalimentar las experiencias profesionales son, para la UABC y para esta unidad académica, actitudes centrales durante la formación del estudiante o del egresado de licenciatura quien, al conseguir o generar empleos, le será demandada la aplicación de sus habilidades comunicativas interpersonales, el uso de tecnologías y diversos lenguajes, la capacidad del razonamiento teórico que sustenta los diferentes cursos de acción, además de la comprensión de los fenómenos socioculturales que nos demandan el respeto a la diversidad, la ética profesional y conciencia clara de que ningún plan de desarrollo económico puede ser considerado adecuado si excluye la dimensión cultural de las diferentes naciones.

En México y en el mundo, las universidades tienen un rol relevante en las tareas del cambio social. Para ello, deben formar profesionales cuya práctica integre el saber de diferentes disciplinas, habilidades profesionales, así como el compromiso de trabajar en beneficio de su sociedad.

Con la formación del bloque económico de América del Norte, a través del tratado trilateral de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, la formación de profesionales en las universidades públicas mexicanas tiene que pensarse en los diferentes contextos internacionales, por lo que es necesario desarrollar competencias profesionales, que no deben confundirse con las competencias laborales.

La globalización impacta no sólo las dimensiones política y económica. Las políticas educativas de los países reconocen que sus respectivas sociedades requieren de profesionales capaces de adecuarse a contextos cambiantes. Por ello, la UABC orienta el proceso educativo hacia el aprendizaje a lo largo de toda la vida, y esta unidad académica privilegia:

- i) Aprender contenidos
- ii) Aprender a hacer con y a innovar esos contenidos
- iii) Aprender a ser, a partir de esos conocimientos y formas de hacer a favor de la comunidad

Un modelo como el planteado anteriormente, implica el cambio de un aprendizaje por contenidos a un aprendizaje por procesos, donde los primeros son necesarios, pero resulta trascendental el proceso para adquirirlos, formarlos, aplicarlos o transformarlos.

El aprendizaje por competencias profesionales es flexible y ofrece opciones para que cada estudiante pueda seguir diferentes caminos para aprender, para saber hacer y para saber ser. Esa es la razón por la cual se requiere un diseño curricular que favorezca su concreción.

Entre las fortalezas de la propuesta que se presenta está la de explicitar competencias generales, específicas y evidencias de desempeño. Aprovecha un sistema de créditos que hace partícipe al estudiante en la toma de decisiones sobre las materias que desea cursar. Permite la movilidad intra e

interinstitucional entre diferentes áreas del conocimiento; promueve el aprendizaje a través de distintas modalidades como los estudios independientes o por ayudantías en investigación; considera la participación en actividades de difusión de la cultura, el deporte y las artes como parte de su formación integral, además de vincularlo con su entorno a través del servicio social comunitario, el servicio social profesional incorporado al currículum y las prácticas profesionales con valor en créditos.

Por todo lo anterior, la UABC emprende el diseño y actualización sus planes de estudio buscando, siempre, que el estudiante integre los conocimientos cuando analiza situaciones concretas; para que asuma la responsabilidad de su aprendizaje e interactúe sin problemas con la diversidad de ideas haciendo uso de la reflexión, el diálogo, el debate e imaginación intelectuales a fin de proponer soluciones para una sociedad compleja, caracterizada por el crecimiento de la pobreza y la reducción de oportunidades educativas para millones de compatriotas.

Requerimos, por tanto, de formas creativas para la solución de innumerables problemas socioculturales, económicos y políticos. No podemos olvidar, además, que existen complejas contradicciones estructurales, por las que cada vez es más frecuente la impresión de que las convicciones declaradas no llegan a ser convicciones practicadas.

Debemos reconocer, por ello, que las universidades públicas, por medio de sus cuerpos académicos y estudiantes, están obligados a reconocer que las contradicciones estructurales, entre ellas, grandes anhelos a realizar con

presupuestos reducidos, nos obligan a actuar con espíritus dispuestos a demostrar que nuestra filosofía educativa conoce de sobra las limitaciones, pero se empeña en continuar trabajando imaginativamente y socialmente comprometida para proponer alternativas de solución.

Debemos insistir, siempre que sea posible, en la irrenunciable obligación que tiene el Estado mexicano de financiar la educación. También debemos insistir, siempre que sea posible, que las universidades públicas tenemos la obligación de hacer que nuestros conocimientos y sus aplicaciones sean capaces de generar recursos económicos, tantos como sean posibles, a fin de continuar con la misión que nos exige la historia y la situación actual de nuestro país, además de rendir cuentas del manejo de los recursos públicos que recibimos, siempre que nos sea solicitado, y de rendir cuentas de la calidad académica de nuestros programas educativos.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE ESTUDIOS

PLAN DE ESTUDIOS

4. Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación

4.1. Perfiles del estudiante de Comunicación

4.1.1. Perfil de ingreso

El estudiante que ingrese a la licenciatura en comunicación deberá poseer las siguientes características:

Conocimientos:

- Conocimientos básicos en ciencias sociales y humanidades, así como conocimientos generales de ortografía y sintaxis de la lengua española.

Habilidades:

- Para la lectura y comprensión de textos.
- Para expresarse adecuadamente en forma oral y escrita.

Actitudes:

- Disposición a establecer relaciones interpersonales
- Interés por los grandes problemas internacionales, nacionales, regionales y locales

- Interés por adquirir una formación multidisciplinaria en ciencias sociales y humanidades.
- Disposición al trabajo en equipo.
- Sentido de responsabilidad, compromiso social y respeto a la diversidad de ideas y estilos de vida.
- Interés por el autoaprendizaje

4.1.2. Perfil del egreso

Al egreso, el profesional de la comunicación estará consciente de su entorno social y participará en él de forma activa en la resolución y mejoramiento de procesos de comunicación, empleando estrategias, técnicas y tecnologías apropiadas para ello.

El profesional de la comunicación contará con un método personal de aprendizaje, será capaz de comunicarse con claridad y precisión en varios tipos de lenguajes, tendrá un pensamiento crítico y libre; será creativo y propositivo, y podrá trabajar en equipo multidisciplinario de manera eficiente.

El egresado de la carrera será competente para:

- Identificar procesos y problemáticas de comunicación articulando información de la realidad social, política, cultural, económica e histórica en distintos ámbitos y niveles del entorno, utilizando diversas herramientas teórico-metodológicas propias de las ciencias sociales para su análisis.
- Proponer estrategias de solución a problemas de comunicación, articulando los conocimientos, habilidades y actitudes propias de la disciplina, de manera innovadora que impulsen el desarrollo e impacto social de la organización donde participa.
- Resolver problemas de comunicación en diferentes ámbitos profesionales, integrándose a grupos multidisciplinarios utilizando los recursos teórico-metodológicos propios de las ciencias sociales, a fin de

contribuir al desarrollo social considerando las dinámicas del entorno transfronterizo.

4.1.3. Identificación de competencias por etapa de formación

4.1.3.1. Competencia de la Etapa Básica

El propósito de la Etapa Básica es despertar el interés en el estudiante por conocer su contexto y las características de la sociedad a la cual pertenece, y sensibilizarlo ante las problemáticas comunicacionales de su entorno. Para ello, las asignaturas que conforman esta etapa de formación propician el desarrollo de habilidades básicas en la investigación social así como en la expresión oral y escrita. y por lo tanto, es de carácter introductorio a la disciplina.

Una vez cursada la Etapa Básica, el estudiante será competente para:

- Identificar de manera crítica las fuentes y los recursos de información sobre el entorno político, social, económico e histórico para inferir las problemáticas de la realidad social donde habita con un sentido de pertenencia.
- Aplicar las técnicas de investigación social para argumentar ordenadamente ideas, conclusiones o conceptos de manera oral o escrita y de acuerdo con la normatividad del español mexicano estándar.

4.1.3.2. Competencia de la Etapa Disciplinaria

El propósito de la Etapa Disciplinarias es brindar al estudiante las herramientas profesionales que le permitan identificar y fundamentar los

problemas comunicacionales de su entorno. Para ello, se ofrece un conjunto de materias que proporcionan el marco teórico, metodológico, ético, legal y tecnológico, con énfasis en el desarrollo de habilidades profesionales tales como: la identificación de problemas de comunicación, la argumentación teórica, la propuesta operativa de estrategias de comunicación; así como el uso de recursos tecnológicos para dar a conocer sus propuestas en diferentes formatos y con diversos lenguajes.

Una vez finalizada la Etapa Disciplinaria, el estudiante será competente para:

- Diagnosticar, mediante el uso de herramientas teórico-metodológicas, los problemas de comunicación en los procesos de intercambio de sentido dentro de una organización social o a través de los fenómenos de comunicación masiva, para proponer alternativas de solución pertinentes a las necesidades y recursos del entorno.

4.1.3.3. Competencia de la Etapa Terminal

El propósito de esta etapa es ejercitar al estudiante en la resolución, gestión y aplicación de su saber disciplinario en situaciones reales. El conjunto de asignaturas que integran la Etapa Terminal permiten enfatizar en la cercanía del conocimiento aplicado a la práctica profesional y ofrecen al estudiante los conocimientos necesarios para desempeñarse como profesional de la comunicación, ya sea dentro de una organización social, como de manera independiente y autónoma. Para ello, se pretende desarrollar habilidades para la

elaboración y gestión de estrategias de comunicación con una actitud emprendedora y creativa.

Al concluir la Etapa Terminal, el estudiante será competente para:

- Aplicar, en grupos multidisciplinarios, el saber profesional en el planteamiento de estrategias de cambio a situaciones comunicacionales perfectibles que integren el uso de herramientas teóricas, metodológicas y tecnológicas propias de la disciplina.
- Gestionar, con actitud emprendedora y ética profesional, los proyectos de comunicación desarrollados en función de la resolución de problemáticas de comunicación en situaciones reales.

Producir mensajes en diferentes lenguajes y formatos haciendo uso de los recursos teóricos, metodológicos y tecnológicos de la disciplina para que promuevan el sentido crítico en los procesos de comunicación.

4.2. Campo ocupacional de desempeño profesional

El licenciado en Comunicación podrá desempeñarse profesionalmente:

- En el sector público, en las áreas de comunicación social y relaciones públicas de los niveles federal, estatal y municipal, así como en organizaciones descentralizadas.
- En el sector privado, en organismos camarales, empresas de servicios o empresas de los medios de comunicación.
- En el sector social en organismos no gubernamentales, en organizaciones o asociaciones no lucrativas, en partidos políticos.

- Como profesional independiente, realizando labores de consultoría, asesoría o capacitación, como empresario independiente.

4.3. MECANISMOS DE OPERACIÓN

A continuación se describen los requerimientos necesarios para la operatividad de la nueva propuesta de la Licenciatura en Comunicación.

4.3.1. Segundo Idioma

El grado de competencia esperado en los egresados en el conocimiento de un idioma extranjero tiene como nivel cuarto, **en un segundo idioma que puede ser el inglés.**

4.3.2. Titulación

Una vez que se han concluido los estudios profesionales, el estudiante inicia su proceso de titulación para la obtención del documento que acredite el nivel académico de licenciatura.

Dicho proceso incluye lo siguiente:

1.- Elegir una de las modalidades que establece el Reglamento General de Exámenes Profesionales.

2.-Cumplir con el servicio social profesional.

3.-Acreditar un idioma extranjero.

4.- Observar los demás requisitos que al respecto señalen la legislación universitaria y la Dirección General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar.

Las alternativas de titulación que ofrece la Escuela de Humanidades son:

A. Tesis.- Proyecto de investigación que puede realizarse de manera individual o colectiva (máximo 2 egresados).

B. Unidad audiovisual.- Desarrollar un trabajo de investigación y producir un video (documental o ficción). Puede ser individual o colectivo (máximo 2 egresados).

C. Estudios de posgrado.- Cursar y aprobar el 50% de los créditos que integran el plan de estudios de una maestría, o la totalidad de las materias de una especialidad. Para que proceda la equivalencia, será necesario que los estudios de posgrado sean afines a la carrera cursada y tenga registro ante la SEP.

D. Promedio general de calificaciones.- El egresado puede solicitarlo si su promedio final es de 8.5 o más, sin haber presentado exámenes extraordinarios. También procede esta opción cuando el promedio es de 9 o más y hayan aprobado hasta un máximo de tres en exámenes extraordinarios y/o de regularización.

E. Curso extracurricular.- Acreditar un curso, seminario o diplomado, debiendo éste ser previamente autorizado por la D.G. S.E.G.E.

F. Práctica profesional.- El ejercicio o práctica profesional desarrollada tenga el mismo tiempo de duración o más que el plan de estudios de la carrera cursada, contándose a partir de la fecha de egreso.

G. Informe de servicio social obligatorio.- Este deberá representar una aportación a nivel profesional que el alumno o egresado haga a la sociedad. Dicha aportación podrá ser en el campo de la investigación, la docencia o en la realización de actividades que impliquen poner en práctica los conocimientos adquiridos en sus años de estudios profesionales.

El mapa curricular presenta tres asignaturas que integran esta modalidad: Diagnóstico de la comunicación, Diseño y gestión de proyectos, y Taller de evaluación y aplicación de proyectos; donde el egresado presenta un reporte o informe de su servicio al finalizar su carrera.

Como parte final del proceso de titulación, para las modalidades anteriormente mencionadas, será necesario que el egresado sustente un examen oral frente a un jurado calificador que estará integrado por tres sinodales.

Esta etapa podrá ser individual o colectiva según lo determine la Unidad Académica.

Exención de examen profesional.

Quedan exentos de presentar examen profesional quienes:

I. Obtengan el Reconocimiento al Mérito Escolar (alumnos de cada generación a nivel profesional que tengan el más alto promedio de calificaciones durante la carrera).

II. Obtengan un promedio general de calificaciones de 9 (nueve) o más, siempre y cuando se hayan cursado en una sola ocasión la totalidad de las asignaturas sin haber presentado exámenes extraordinarios o de regularización.

Para iniciar el proceso de titulación por las diferentes vías, se debe presentar una carta dirigida al director de la Escuela de Humanidades, con copia para la coordinación de titulación con la siguiente información: Presentación (nombre, matrícula, carrera, ciclo escolar de ingreso y egreso) y mencionar la alternativa de titulación para la que solicita autorización.

4.3.3. Programa de Formación Docente

Una parte fundamental de la operatividad del Plan de estudios es la formación de los profesores que van a participar en el proceso. La propuesta del nuevo plan se hace realidad a diario en el salón de clases donde participan estudiantes y maestros; y donde la orientación de estos últimos es fundamental para el proceso. Un profesor que conozca las dinámicas del plan de estudios, que comprenda los puntos nodales del proceso total de formación del estudiante y que además domine, no solo los contenidos temáticos de su área, sino las técnicas y estrategias de enseñanza-aprendizaje; abriría las oportunidades para que la propuesta no muera en papel antes de haber sido intentada.

Todo proceso de cambio institucional requiere de procesos de sensibilización para afrontar y propiciar la apertura a la transformación profunda. Un nuevo plan de estudios, con una propuesta pedagógica diferente, se

convierte en un reto en tanto que el equipo que operativiza dicha propuesta debe estar, no solo consiente de su papel dentro del proceso, sino que debe conocer a profundidad en qué consiste la propuesta y tener todas las herramientas teóricas y metodológicas para que contribuya en su ejercicio diario a facilitar el proceso.

Por lo anterior, es necesario para la ejecución del nuevo plan de estudios que el cuerpo de profesores participe a corto plazo en cursos y talleres bajo las siguientes temáticas:

1. Cambio institucional
2. Estrategias didácticas para un aprendizaje significativo
3. Enseñanza de la comunicación por competencias

A mediano plazo, se prevé la formación docente alrededor de áreas como:

1. Contenidos temáticos según las áreas del conocimiento a las cuales pertenecen y según las áreas relacionadas con los objetos socioprofesionales del comunicólogo propuesto.
2. Evaluación de los procesos de aprendizaje significativo

4.3.4. Convenios interinstitucionales

La posibilidad de establecer convenios entre varias instituciones nos permite potencializar los recursos humanos y materiales de varios organismos

con el fin de propiciar los mejores espacios de aprendizaje para nuestros estudiantes.

La actividad de vinculación en el nuevo plan de estudios se integra estructuralmente desde la propuesta curricular a través de las asignaturas obligatorias cuya naturaleza es la práctica de campo. Dicha propuesta, tendrá que estar fundamentada en una estrecha vinculación con el sector externo que permita a estudiantes y maestros desarrollar los contenidos temáticos de las asignaturas a través de experiencias de aprendizaje en escenarios reales bajo la supervisión tanto del profesor, como del experto de la institución en convenio.

Por otro lado, tenemos un paquete de asignaturas a través de las cuales nuestros estudiantes, si así lo desean, pueden registrar su servicio social comunitario, servicio social profesional y sus prácticas profesionales mientras desarrollan, bajo supervisión de los maestros, los contenidos temáticos de la materia. (Ver en el apartado Mapa curricular el listado de asignaturas vinculadas al servicio social y las prácticas profesionales)

4.3.5. Evaluación a profesores.

Uno de los elementos para conocer cómo se se están vinculando los profesores con el modelo de enseñanza-aprendizaje implementado en la reestructuración del plan de estudios, es la evaluación al cuerpo docente, para el cual proponemos llevar a cabo una evaluación complementaria al modelo institucional conocido como *Sistema de Evaluación Docente. Opinión de los alumnos*, aplicado por la Facultad de Pedagogía. La **Evaluación del Proceso**

Enseñanza-Aprendizaje Intemedio (EPEAI) tiene un carácter más cualitativo y será instrumentado por la Coordinación de Comunicación.

Este modelo de evaluación tiene como objetivo crear un espacio de retroalimentación que se lleva acabo entre profesores y alumnos, y que, realizado a la mitad del periodo académico, se logre llegar a un consenso tanto de los elementos favorables como de los elemetos a mejorar del programa en curso, del profesor y de los alumnos. El proceso es interno a cada sesión de curso por materia, y se reporta a la Coordinación de Comunicación con el fin de que ésta tenga un balance de los alcances y límites que se estan logrando por compentencia de cada materia, así como del plan.

Así, los resultados de una evaluación intermedia, complementados con los resultados de la evaluación del *Sistema de Evaluación Docente. Opinión de los alumnos*, nos parece una forma de profundizar en los elementos que debe atender el programa académico en función y la manera en que participan docentes y alumnos.

4.3.6. Evaluación Interna del Plan de Estudios.

La Unidad Académica, a través de la coordinación de la licenciatura, evaluará el desarrollo del Plan de Estudios propuesto cada dos años, bajo los criterios que aplica Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). El objetivo de partir de los parámetros con los que el programa ha sido y es evaluado por CIEES, nos coloca en la posibilidad de superar en tiempos más cortos las recomendaciones que este organismo nos ha hecho en procesos

de evaluación anteriores, y así poder mejorar el nivel en el que nos ha ubicado el resultado de dicho proceso.

Los criterios que pretendemos evaluar cada dos años son:

1. Planeación y organización de la Licenciatura en Comunicación
2. Administración académica y financiamiento de la Escuela de Humanidades en relación a la Licenciatura en Comunicación.
3. Plan de estudio
 - Aspectos generales (contexto y planteamiento)
 - Aspectos particulares (criterios específicos por nivel del programa)
 - Asignaturas y contenidos (trabajo colegiado)
 - Revisión y cumplimiento de objetivos (competencias)
4. Alumnado
 - Ingreso
 - Permanencia
5. Personal académico
 - Normatividad
 - Ingreso
 - Trabajo colegiado
 - Actividades académicas
 - Evaluación y estímulos
6. Proceso de enseñanza-aprendizaje
7. Vinculación y educación continua
8. Infraestructura y equipamiento

- Biblioteca
- Cómputo y equipo audiovisual
- Planta física

9. Resultados

- Egresados y titulados
- Investigación

CARACTERÍSTICAS DE LAS ASIGNATURAS POR ETAPAS DE FORMACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
CARACTERÍSTICAS DE ASIGNATURAS POR ETAPAS DE FORMACIÓN

ESCUELA: HUMANIDADES
 CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
 PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	HC	HL	HT	HPC	HCL	HE	CRE	REQ
-------	-------------------------	----	----	----	-----	-----	----	-----	-----

ETAPA BÁSICA									
1	INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	02			02		02	06	
2	DESARROLLO DE HABILIDADES DEL PENSAMIENTO	01		02			01	04	
3	TALLER DE LENGUA ESCRITA	02		04			02	08	
4	DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS I	02		02			02	06	
5	ESTRUCTURA SOCIO ECONÓMICA DE MÉXICO	02		02			02	06	
6	DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS II	02		02			02	06	
7	LABORATORIO DE COMPUTO	02		02			02	06	
8	TALLER DE COMPOSICIÓN	02		04			02	08	
9	CIENCIA Y COMUNICACIÓN	02		02			02	06	
10	TALLER DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	01		04			01	06	
	OPTATIVA							VR	
	OPTATIVA							VR	

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
CARACTERÍSTICAS DE ASIGNATURAS POR ETAPAS DE FORMACIÓN

ESCUELA: HUMANIDADES
 CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
 PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	HC	HL	HT	HPC	HCL	HE	CRE	REQ
	ETAPA DISCIPLINARIA								
11	OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN I	02		04			02	08	
12	COMUNICACIÓN Y SUJETO	02		02			02	06	
13	FRONTERA NORTE DE MÉXICO	02		02			02	06	
14	ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS	02		02			02	06	
15	FOTOGRAFÍA	01	03				01	05	
16	OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN II	02		04			02	08	
17	COMUNICACIÓN E INSTITUCIÓN	02		02			02	06	
18	PERIODISMO	02		02			02	06	
19	LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS	02		02			02	06	
20	TELEVISIÓN	01	03				01	05	
21	METODOLOGÍA Y ANÁLISIS	02		04			02	08	
22	COMUNICACIÓN TECNOLÓGICA E INFORMACIÓN	02		02			02	06	
23	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	02		02			02	06	
24	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	02		04			02	08	
25	DISCURSO VISUAL	03		03			03	09	

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
CARACTERÍSTICAS DE ASIGNATURAS POR ETAPAS DE FORMACIÓN

ESCUELA: HUMANIDADES
 CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
 PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	HC	HL	HT	HPC	HCL	HE	CRE	REQ
	OPTATIVAS ETAPA BÁSICA								
36	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL	02		02			02	06	
37	DESARROLLO DE HABILIDADES DE LECTURA	02		02			02	06	
38	INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA	02		02			02	06	
39	DESARROLLO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	02		02			02	06	
40	CULTURA Y SOCIEDAD	02		02			02	06	
	OPTATIVAS ETAPA DISCIPLINARIA								
41	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO	02		02			02	06	
42	RELACIONES PUBLICAS	02		02			02	06	
43	FOTOGRAFÍA A COLOR	02		02			02	06	
44	FOTOGRAFÍA DIGITAL	02		02			02	06	
45	PRODUCCIÓN EDITORIAL	02		02			02	06	
46	GUIONISMO EN MEDIOS AUDIOVISUALES	02		02			02	06	
47	CINE DOCUMENTAL	02		02			02	06	
48	LITERATURA Y CINE	02		02			02	06	
49	PERIODISMO IMPRESO	02		02			02	06	
50	PERIODISMO TELEVISIVO	02		02			02	06	
51	FOTOPERIODISMO	02		02			02	06	

CARACTERÍSTICAS DE ASIGNATURA POR ÁREA DE FORMACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
CARACTERÍSTICAS DE ASIGNATURAS POR AREAS DE FORMACIÓN

ESCUELA: HUMANIDADES
 CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
 PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	HC	HL	HT	HPC	HCL	HE	CRE	REQ
	ÁREA: LENGUAJE Y DISCURSO								
2	DESARROLLO DE HABILIDADES DEL PENSAMIENTO	02		02			02	06	
3	TALLER DE LENGUA ESCRITA	02		04			02	08	
8	TALLER DE COMPOSICIÓN	02		04			02	08	
18	PERIODISMO	02		02			02	06	
25	DISCURSO VISUAL	03		03			03	09	
31	DISCURSO SONORO	03		03			03	09	
34	DISCURSO MULTIMEDIA	03		03			03	09	
38	INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA	02		02			02	06	
47	CINE DOCUMENTAL	02		02			02	06	
48	LITERATURA Y CINE	02		02			02	06	
52	SEMÁNTICA	02		02			02	06	
53	CRÓNICA URBANA	02		02			02	06	
59	SEMINARIO DE ANÁLISIS DEL DISCURSO	02		02			02	06	
	ÁREA: TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN								
9	CIENCIA Y COMUNICACIÓN	02		02			02	06	
10	TALLER DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	01		04			01	06	
12	COMUNICACIÓN Y SUJETO	02		02			02	06	
17	COMUNICACIÓN E INSTITUCIÓN	02		02			02	06	
22	COMUNICACIÓN TECNOLÓGICA E INFORMACIÓN	02		02			02	06	
23	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	02		02			02	06	
27	COMUNICACIÓN CULTURA Y SOCIEDAD	02		02			02	06	

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
CARACTERÍSTICAS DE ASIGNATURAS POR AREAS DE FORMACIÓN**

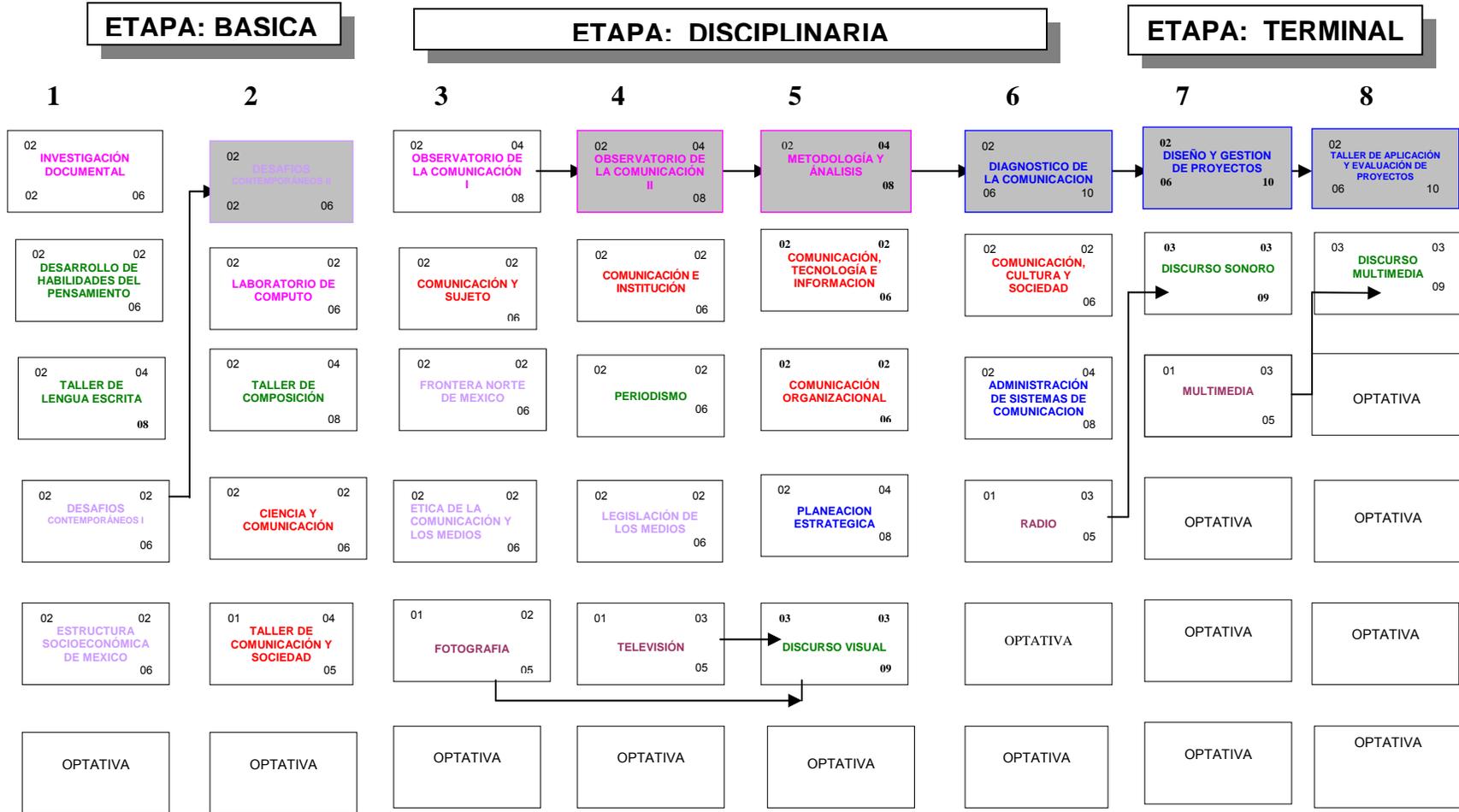
ESCUELA: HUMANIDADES
CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	HC	HL	HT	HPC	HCL	HE	CRE	REQ
	ÁREA: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN								
24	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	02		04			02	08	
26	DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN	02			06		02	10	
28	ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE COMUNICACIÓN	02		04			02	08	
30	DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS	02			06		02	10	
33	TALLER DE APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	02			06		02	10	
41	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO	02		02			02	06	
42	RELACIONES PUBLICAS	02		02			02	06	
54	LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN	02		02			02	06	
55	SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES	02		02			02	06	
56	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICA	02		02			02	06	
57	MODELOS DE INTERVENCIÓN SOCIAL	02		02			02	06	
60	TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA	02		02			02	06	

ESCUELA HUMANIDADES

PLAN 2005-2

MAPA CURRICULAR DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN



- OPTATIVAS
- INVESTIGACIÓN
- LENGUAJE Y DISCURSO
- TEORIA DE LA COMUNICACIÓN
- MEDIOS Y TEC. DE PROD. DE INF. Y COM.
- GESTION DE LA COMUNICACIÓN
- CONOCIMIENTO DE LA REALIDAD SOCIAL
- MATERIA INTEGRADORA

Prácticas profesionales

CRÉDITOS REQUERIDOS	
Por plan de estudios	
Créditos obligatorios:	245
Créditos optativas:	84
Prácticas profesionales:	15

ESCUELA HUMANIDADES

PLAN 2005-2

MAPA CURRICULAR DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

ETAPA: BASICA

ETAPA: DISCIPLINARIA

ETAPA: TERMINAL

1	2	3	4	5	6	7	8
	02 DE BARRIOS (COMUNICACIONAL) 02 06		02 04 OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN II 08	02 04 METODOLOGÍA Y ANÁLISIS 08	02 DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACION 10 06	02 DISEÑO Y GESTION DE PROYECTOS 10 06	02 TALLER DE APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS 10 06

■ MATERIA INTEGRADORA

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS POR ETAPAS

Etapa	Obligatorios	Optativos	Total
Básica	64 25.6%	12 14.28%	76
Disciplinaria	128 51.2%	30 35.71%	158
Terminal	43 17.2%	42 28.57%	85
Prácticas profesionales	15 6%	-	15
Total	250	84	334

DISTRIBUCIÓN DE MATERIAS POR ÁREAS DE CONOCIMIENTO

AREA DE CONOCIMIENTO	NUMERO DE ASIGNATURAS
Teoría de la comunicación	Siete
Lenguaje y discurso	Siete
Conocimiento de la realidad social	Seis
Gestión de la comunicación	Cinco
Investigación	Cinco
Medios y técnicas de producción de información y comunicación	Cuatro

ASIGNATURAS SUSCEPTIBLES DE SERVICIO SOCIAL COMUNITARIO, SERVICIO PROFESIONAL Y PRACTICAS PROFESIONALES

Materias pertenecientes al servicio social comunitario: Estructura socioeconómica de México, Laboratorio de cómputo, Taller de comunicación y sociedad, Taller de composición (Etapa Básica); Observatorio de la comunicación I, Frontera norte de México, Ética de la comunicación y de los medios, Fotografía, Observatorio de la comunicación II, Televisión (Etapa Disciplinaria).

Materias pertenecientes al Servicio social profesional y prácticas profesionales: Planeación estratégica, Comunicación organizacional, Diagnóstico de la comunicación, Administración de sistemas de comunicación, Radio (Etapa Disciplinar); Diseño y gestión de proyectos, Multimedia, Taller de aplicación y evaluación de proyectos (Etapa Terminal).

SISTEMA DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN EXTERNA

El Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) es una asociación civil constituida por universitarios. Su misión principal ha sido conformar un espacio abierto que propicie el diálogo entre profesores e investigadores. Fue fundada en 1976 por catorce instituciones del país. Actualmente hay 57 instituciones enlistadas como miembros entre universidades públicas y privadas de México lo que la convierte en la institución más importante tanto para universitarios como para profesores e investigadores.

Sin embargo, la creación de un organismo acreditador de las licenciaturas en comunicación que sea regulado por CONEICC está en proceso y las licenciaturas de comunicación a la espera: en la última reunión del Comité Técnico (octubre de 2004) para la dictaminación del reconocimiento solicitado por CONEICC, el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) ha solicitado algunos requisitos para el reconocimiento como organismo acreditador.

Son varios los puntos que la COPAES recomienda, entre ellos están: integrar una asociación civil independiente a CONEICC, considerar la amplitud de actividades y los integrantes del organismo. De tal forma que CONEICC se prepara para realizar algunos cambios y afinar aspectos relacionados con la organización del universo de trabajo de programas de educación en ciencias de la comunicación, así como el incremento de miembros evaluadores, desarrollar guías de evaluación y adecuar un marco de referencia para la acreditación.

Pese a lo anterior, el nuevo programa de Licenciado en Comunicación puede en cualquier momento ser evaluado por otras instancias de reconocimiento nacional tales como los CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior) y ACCECISO (Asociación para la Acreditación y Certificación de Ciencias Sociales). En este sentido, la licenciatura en comunicación de la UABC espera ser evaluado por CIEES y acreditado tanto por CONEICC como ACCECISO.

TIPOLOGÍA DE ASIGNATURAS POR UNIDAD

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**

REGISTRO OFICIAL DE TIPOLOGÍA

ESCUELA: HUMANIDADES
CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TIPO	OBSERVACIONES
ETAPA BÁSICA			
1	INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	3	
	PRACTICA DE CAMPO DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	1	
2	DESARROLLO DE HABILIDADES DEL PENSAMIENTO	3	
	TALLER DE DESARROLLO DE HABILIDADES DEL PENSAMIENTO	2	
3	TALLER DE LENGUA ESCRITA	3	
	TALLER DE LENGUA ESCRITA	2	
4	DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS I	3	
	TALLER DE DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS I	2	
5	ESTRUCTURA SOCIO ECONÓMICA DE MÉXICO	3	
	TALLER DE ESTRUCTURA SOCIO ECONÓMICA DE MÉXICO	2	
6	DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS II	3	
	TALLER DE DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS II	2	
7	LABORATORIO DE COMPUTO	3	
	LABORATORIO DE COMPUTO	2	
8	TALLER DE COMPOSICIÓN	3	
8	TALLER DE COMPOSICIÓN	2	
9	CIENCIA Y COMUNICACIÓN	3	
	TALLER DE CIENCIA Y COMUNICACIÓN	2	
10	TALLER DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	3	
	TALLER DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	2	

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**

REGISTRO OFICIAL DE TIPOLOGÍA

ESCUELA: HUMANIDADES
CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TIPO	OBSERVACIONES
ETAPA DISCIPLINARIA			
11	OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN I	3	
	TALLER DE OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN I	2	
12	COMUNICACIÓN Y SUJETO	3	
	TALLER DE COMUNICACIÓN Y SUJETO	2	
13	FRONTERA NORTE DE MÉXICO	3	
	TALLER DE FRONTERA NORTE DE MÉXICO	2	
14	ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS	3	
	TALLER DE ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS	2	
15	FOTOGRAFÍA	3	
	TALLER DE FOTOGRAFÍA	2	
16	OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN II	3	
	TALLER DE OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN II	2	
17	COMUNICACIÓN E INSTITUCIÓN	3	
	TALLER DE COMUNICACIÓN E INSTITUCIÓN	2	
18	PERIODISMO	3	
	TALLER DE PERIODISMO	2	
19	LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS	3	
	TALLER DE LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS	2	
20	TELEVISIÓN	3	
	TALLER DE TELEVISIÓN	2	
21	METODOLOGÍA Y ANÁLISIS	3	
	TALLER DE METODOLOGÍA Y ANÁLISIS	2	
22	COMUNICACIÓN TECNOLÓGICA E INFORMACIÓN	3	
	TALLER DE COMUNICACIÓN TECNOLÓGICA E INFORMACIÓN	2	
23	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	3	
	TALLER DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	2	

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**

REGISTRO OFICIAL DE TIPOLOGÍA

ESCUELA: HUMANIDADES
CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TIPO	OBSERVACIONES
24	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	3	
	TALLER DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	2	
25	DISCURSO VISUAL	3	
	DISCURSO VISUAL	2	
26	DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN	3	
	DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN	2	
27	COMUNICACIÓN CULTURA Y SOCIEDAD	3	
	TALLER DE COMUNICACIÓN CULTURA Y SOCIEDAD	2	
28	ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE COMUNICACIÓN	3	
	TALLER DE ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE COMUNICACIÓN	2	
29	RADIO	3	
	TALLER DE RADIO	2	
	ETAPA TERMINAL		
30	DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS	3	
	PRACTICAS DE CAMPO DE DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS	1	
31	DISCURSO SONORO	3	
	TALLER DE DISCURSO SONORO	2	
32	MULTIMEDIA	3	
	TALLER DE MULTIMEDIA	2	
33	TALLER DE APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	3	
	PRACTICAS DE CAMPO DE TALLER DE APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	1	
34	DISCURSO MULTIMEDIA	3	
	TALLER DE DISCURSO MULTIMEDIA	2	

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**

REGISTRO OFICIAL DE TIPOLOGÍA

ESCUELA: HUMANIDADES
CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TIPO	OBSERVACIONES
OPTATIVAS ETAPA BÁSICA			
35	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL	3	
	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL	2	
36	DESARROLLO DE HABILIDADES DE LECTURA	3	
	TALLER DE DESARROLLO DE HABILIDADES DE LECTURA	2	
37	INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA	3	
	TALLER DE INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA	2	
38	DESARROLLO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	3	
	TALLER DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	2	
39	CULTURA Y SOCIEDAD	3	
	TALLER DE CULTURA Y SOCIEDAD	2	
40	HISTORIA DE LOS MEDIOS MASIVOS	3	
	TALLER DE HISTORIA DE LOS MEDIOS MASIVOS	2	
OPTATIVAS ETAPA DISCIPLINARIA			
41	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO	3	
	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO	2	
42	RELACIONES PUBLICAS	3	
	TALLER RELACIONES PUBLICAS	2	
43	FOTOGRAFÍA A COLOR	3	
	TALLER DE FOTOGRAFÍA A COLOR	2	
44	FOTOGRAFÍA DIGITAL	3	
	TALLER DE FOTOGRAFÍA DIGITAL	2	
45	PRODUCCIÓN EDITORIAL	3	
	TALLER DE PRODUCCIÓN EDITORIAL	2	
46	GUIONISMO EN MEDIOS AUDIOVISUALES	3	
	TALLER DE GUIONISMO EN MEDIOS AUDIOVISUALES	2	

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**

REGISTRO OFICIAL DE TIPOLOGÍA

ESCUELA: HUMANIDADES
CARRERA: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

CLAVE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TIPO	OBSERVACIONES
47	CINE DOCUMENTAL	3	
	TALLER DE CINE DOCUMENTAL	2	
48	LITERATURA Y CINE	3	
	TALLER DE LITERATURA Y CINE	2	
49	PERIODISMO IMPRESO	3	
	TALLER DE PERIODISMO IMPRESO	2	
50	PERIODISMO TELEVISIVO	3	
	TALLER DE PERIODISMO TELEVISIVO	2	
51	FOTOPERIODISMO	3	
	TALLER DE FOTOPERIODISMO	2	
52	SEMÁNTICA	3	
	TALLER SEMÁNTICA	2	
53	CRÓNICA URBANA	3	
	TALLER DE CRÓNICA URBANA	2	
	OPTATIVAS ETAPA TERMINAL		
54	LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN	3	
	TALLER DE LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN	2	
55	SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES	3	
	TALLER DE SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES	2	
56	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICA	3	
	TALLER DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICA	2	
57	MODELOS DE INTERVENCIÓN SOCIAL	3	
	TALLER DE MODELOS DE INTERVENCIÓN SOCIAL	2	
58	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3	
	TALLER DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	2	
59	SEMINARIO DE ANÁLISIS DEL DISCURSO	3	
	TALLER DE SEMINARIO DE ANÁLISIS DEL DISCURSO	2	
61	TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA	3	
	TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA	2	

EQUIVALENCIAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

ESTANDO PRESENTES EL DR. MARTÍN FRANCISCO MONTAÑO GÓMEZ, DIRECTOR GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS Y XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, DIRECTOR DE LA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, QUEDÓ OFICIALMENTE REGISTRADA LA TABLA DE EQUIVALENCIAS ENTRE LOS PLANES DE ESTUDIOS 2003-2 Y 1994-2, CORRESPONDIENTES A LA CARRERA DE LICENCIADO EN ECONOMÍA A IMPARTIRSE EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA.

ESTA TABLA DE EQUIVALENCIAS ESTARÁ VIGENTE A PARTIR DEL SEGUNDO PERÍODO DE 2003.

SE FIRMA EL PRESENTE POR TRIPLICADO, EN LA CIUDAD DE MEXICALI, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO, EDIFICIO DE RECTORÍA EN MAYO DE 2003.

Mexicali, Baja California, a 29 de mayo de 2003
“ POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE”

DIRECTOR

DIRECTOR GENERAL DE ASUNTOS
ACADÉMICOS
MEXICALI, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO.

M.C. JOSÉ DAVID LEDEZMA TORRES

DR. MARTÍN FRANCISCO MONTAÑO
GÓMEZ

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

PLAN 2005-2		PLAN 1997-1	
CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
	ETAPA BÁSICA		
1	INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	3197	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SIN EQUIVALENCIA
2	DESARROLLO DE HABILIDADES DEL PENSAMIENTO		
3	TALLER DE LENGUA ESCRITA	3477	TALLER DE LENGUA ESCRITA I SIN EQUIVALENCIA
4	DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS I		
5	ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA DE MÉXICO	3205	MÉXICO EN EL CONTEXTO CONTEMPORÁNEO SIN EQUIVALENCIA
6	DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS II		
7	LABORATORIO DE COMPUTO	3203	COMPUTACIÓN Y SUS APLICACIONES A LA INVESTIGACIÓN
8	TALLER DE COMPOSICIÓN	3202	TALLER DE LENGUA ESCRITA II SIN EQUIVALENCIA
9	CIENCIA Y COMUNICACIÓN		
10	TALLER DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD		SIN EQUIVALENCIA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

PLAN 2005-2

PLAN 1997-1

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
11	ETAPA DISCIPLINARIA OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN I		SIN EQUIVALENCIA
12	COMUNICACIÓN Y SUJETO		SIN EQUIVALENCIA
13	FRONTERA NORTE DE MÉXICO		SIN EQUIVALENCIA
14	ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LOS MEDIOS	3330	ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN
15	FOTOGRAFÍA	3420	FOTOGRAFÍA BLANCO Y NEGRO
16	OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN II	3429	ESTADÍSTICA I
17	COMUNICACIÓN E INSTITUCIÓN	3433	ESTADÍSTICA II
18	PERIODISMO	3422	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II
19	LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS	3417	GÉNEROS PERIODÍSTICOS I
20	TELEVISIÓN	3426	GÉNEROS PERIODÍSTICOS II
21	METODOLOGÍA Y ANÁLISIS	3450	LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
22	COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN	3424	TELEVISIÓN I
23	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	3428	TELEVISIÓN II
24	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		SIN EQUIVALENCIA
25	DISCURSO VISUAL		SIN EQUIVALENCIA
		3430	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
		5400	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
		3414	TEORÍA DE LA IMAGEN

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

PLAN 2005-2		PLAN 1997-1	
CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
26	DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN		SIN EQUIVALENCIA
27	COMUNICACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD		SIN EQUIVALENCIA
28	ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE COMUNICACIÓN		SIN EQUIVALENCIA
29	RADIO	3418 3423	RADIO I RADIO II
30	ETAPA TERMINAL DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS		SIN EQUIVALENCIA
31	DISCURSO SONORO		SIN EQUIVALENCIA
32	MULTIMEDIA		SIN EQUIVALENCIA
33	TALLER DE EVALUACIÓN Y APLICACIÓN DE PROYECTOS		SIN EQUIVALENCIA
34	DISCURSO MULTIMEDIA		SIN EQUIVALENCIA
35	PRACTICAS PROFESIONALES		PRACTICAS PROFESIONALES

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

PLAN 2005-2

PLAN 1997-1

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
	OPTATIVAS ETAPA BÁSICA		
36	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL	3419	TALLER DE COMPOSICIÓN Y EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA
37	DESARROLLO DE HABILIDADES DE LECTURA	5266	DESARROLLO DE HABILIDADES DE LECTURA
38	INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA	3209	INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA
39	DESARROLLO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		SIN EQUIVALENCIA
40	CULTURA Y SOCIEDAD		SIN EQUIVALENCIA
	OPTATIVAS ETAPA DISCIPLINARIA		
41	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO	3436	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO
42	RELACIONES PUBLICAS	3435	RELACIONES PUBLICAS
43	FOTOGRAFÍA A COLOR	3438	FOTOGRAFÍA A COLOR
44	FOTOGRAFÍA DIGITAL	5293	FOTOGRAFÍA DIGITAL
45	PRODUCCIÓN EDITORIAL	5399	PRODUCCIÓN EDITORIAL
46	GUIONISMO EN MEDIOS AUDIOVISUALES	3292	GUIONISMO EN MEDIOS AUDIOVISUALES
47	CINE DOCUMENTAL	4366	HISTORIA Y PERSPECTIVA DEL CINE DOCUMENTAL
48	LITERATURA Y CINE	5806	LITERATURA Y CINE
49	PERIODISMO IMPRESO	6130	TALLER DE PERIODISMO ESCRITO
50	PERIODISMO TELEVISIVO	3459	TALLER DE PERIODISMO TELEVISIVO
51	FOTOPERIODISMO	3415	FOTOPERIODISMO
52	SEMÁNTICA	3425	SEMÁNTICA DE LA COMUNICACIÓN
53	CRÓNICA URBANA		SIN EQUIVALENCIA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

PLAN 2005-2

PLAN 1997-1

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
54	OPTATIVAS ETAPA TERMINAL		
55	LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN		SIN EQUIVALENCIA
56	SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES		SIN EQUIVALENCIA
57	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICA		SIN EQUIVALENCIA
58	MODELOS DE INTERVENCIÓN SOCIAL		SIN EQUIVALENCIA
59	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3465	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN
60	SEMINARIO DE ANÁLISIS DEL DISCURSO	3257	SEMINARIO DE ANÁLISIS DEL DISCURSO
61	TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA	3468	TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA
	PERIODISMO CULTURAL	3474	TALLER DE PERIODISMO CULTURAL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

ESTANDO PRESENTES EL DR. MARTÍN FRANCISCO MONTAÑO GÓMEZ, DIRECTOR GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS Y XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, DIRECTOR DE LA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, QUEDÓ OFICIALMENTE REGISTRADA LA TABLA DE EQUIVALENCIAS ENTRE LOS PLANES DE ESTUDIOS 2003-2 Y 1994-2, CORRESPONDIENTES A LA CARRERA DE LICENCIADO EN ECONOMÍA A IMPARTIRSE EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA.

ESTA TABLA DE EQUIVALENCIAS ESTARÁ VIGENTE A PARTIR DEL SEGUNDO PERÍODO DE 2003.

SE FIRMA EL PRESENTE POR TRIPLICADO, EN LA CIUDAD DE MEXICALI, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO, EDIFICIO DE RECTORÍA EN MAYO DE 2003.

Mexicali, Baja California, a 29 de mayo de 2003
" POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE "

DIRECTOR

DIRECTOR GENERAL DE ASUNTOS
ACADÉMICOS
MEXICALI, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO.

M.C. JOSÉ DAVID LEDEZMA TORRES

DR. MARTÍN FRANCISCO MONTAÑO
GÓMEZ

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

**FAC. CIENCIAS HUMANAS
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PLAN 2003-2**

PLAN 2005-2

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
	ETAPA BÁSICA		
1	INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	4826	INTRODUCCIÓN A LA CIENCIA
2	DESARROLLO DE HABILIDADES DEL PENSAMIENTO	4821	DESARROLLO DE HABILIDADES DEL PENSAMIENTO
3	TALLER DE LENGUA ESCRITA		SIN EQUIVALENCIA
4	DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS I	4944	POLÍTICA Y ESTADO
5	ESTRUCTURA	4743	ESTRUCTURA
6	SOCIOECONÓMICA DE MÉXICO DESAFÍOS CONTEMPORÁNEOS II		SOCIOECONÓMICA DE MÉXICO SIN EQUIVALENCIA
7	LABORATORIO DE COMPUTO		SIN EQUIVALENCIA
8	TALLER DE COMPOSICIÓN	4822	ELABORACIÓN DE TEXTOS ACADÉMICOS
9	CIENCIA Y COMUNICACIÓN		SIN EQUIVALENCIA
10	TALLER DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	4824	COMUNICACIÓN HUMANA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

**FAC. CIENCIAS HUMANAS
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PLAN 2003-2**

PLAN 2005-2

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
11	ETAPA DISCIPLINARIA OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN I	4835	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA SIN EQUIVALENCIA
12	COMUNICACIÓN Y SUJETO		
13	FRONTERA NORTE DE MÉXICO	4933	CULTURA FRONTERIZA
14	ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LOS MEDIOS	4918	DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
15	FOTOGRAFÍA	4889	FOTOGRAFÍA
16	OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN II	4834	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA SIN EQUIVALENCIA
17	COMUNICACIÓN E INSTITUCIÓN		
18	PERIODISMO	4893	GÉNEROS PERIODÍSTICOS SIN EQUIVALENCIA
19	LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS		
20	TELEVISIÓN	4898	TELEVISIÓN I
		4901	TELEVISIÓN II
21	METODOLOGÍA Y ANÁLISIS	4886	ANÁLISIS TEXTUAL, ESTILÍSTICA Y RETÓRICA
22	COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN	4935	SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
23	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	4891	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA SIN EQUIVALENCIA
24	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		
25	DISCURSO VISUAL	53	HISTORIA Y TEORÍA DE LA IMAGEN

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

**FAC. CIENCIAS HUMANAS
 CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 PLAN 2003-2**

PLAN 2005-2

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
26	DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN		SIN EQUIVALENCIA
27	COMUNICACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD	4948	SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA
28	ADMINISTRACIÓN DE SISTEMAS DE COMUNICACIÓN		SIN EQUIVALENCIA
29	RADIO	4888 4894	RADIO I RADIO II
30	ETAPA TERMINAL DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS		SIN EQUIVALENCIA
31	DISCURSO SONORO		SIN EQUIVALENCIA
32	MULTIMEDIA	4902	PRODUCCIÓN MULTIMEDIA
33	TALLER DE EVALUACIÓN Y APLICACIÓN DE PROYECTOS		SIN EQUIVALENCIA
34	DISCURSO MULTIMEDIA	4992	MULTIMEDIA EDUCATIVO Y CULTURAL
35	PRACTICAS PROFESIONALES	2419	PRACTICAS PROFESIONALES

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
 GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

FAC. CIENCIAS HUMANAS
 CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 PLAN 2003-2

PLAN 2005-2

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
	OPTATIVAS ETAPA BÁSICA		
36	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL		SIN EQUIVALENCIA
37	DESARROLLO DE HABILIDADES DE LECTURA		SIN EQUIVALENCIA
38	INTRODUCCIÓN A LA LINGÜÍSTICA		SIN EQUIVALENCIA
39	DESARROLLO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS		SIN EQUIVALENCIA
40	CULTURA Y SOCIEDAD	5981	DESARROLLO HUMANO
	OPTATIVAS ETAPA DISCIPLINARIA		
41	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO	4825	TALLER DE DESARROLLO CREATIVO
42	RELACIONES PUBLICAS	4947	RELACIONES PUBLICAS, PROTOCOLO Y CEREMONIAL
43	FOTOGRAFÍA A COLOR	4897	FOTOGRAFÍA AVANZADA
44	FOTOGRAFÍA DIGITAL	4985	FOTOGRAFÍA DIGITAL
45	PRODUCCIÓN EDITORIAL	4899	EDITORIAL
46	GUIONISMO EN MEDIOS AUDIOVISUALES	4890	GUIONISMO
47	CINE DOCUMENTAL	55	HISTORIA Y ESTÉTICA DEL CINE
48	LITERATURA Y CINE		SIN EQUIVALENCIA
49	PERIODISMO IMPRESO		SIN EQUIVALENCIA
50	PERIODISMO TELEVISIVO		SIN EQUIVALENCIA
51	FOTOPERIODISMO		SIN EQUIVALENCIA
52	SEMÁNTICA		SIN EQUIVALENCIA
53	CRÓNICA URBANA		SIN EQUIVALENCIA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS ACADÉMICOS**

REGISTRO OFICIAL DE TABLA DE EQUIVALENCIAS

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE HUMANIDADES
CARRERA: COMUNICACIÓN
GRADO ACADÉMICO: LICENCIATURA
PLAN: 2005-2

**FAC. CIENCIAS HUMANAS
 CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 PLAN 2003-2**

PLAN 2005-2

CLAVE	ASIGNATURAS	CLAVE	ASIGNATURAS
54	OPTATIVAS ETAPA TERMINAL LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN	4855	TEORÍA Y DINÁMICA DE GRUPOS
55	SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES	4836	SOCIOLOGÍA DE LA ORGANIZACIÓN
56	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICA	4977	ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS
57	MODELOS DE INTERVENCIÓN SOCIAL	4981	MERCADOTECNIA SOCIAL
58	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	4988	CRITICA E INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS
59	SEMINARIO DE ANÁLISIS DEL DISCURSO	4945	ANÁLISIS DE CONTENIDO Y DEL DISCURSO
60	TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA	4895	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EXTERNA
61	PERIODISMO CULTURAL	4991	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE LAS ASIGNATURAS

ETAPA BÁSICA

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Investigación documental Período Primero

Área de conocimiento Investigación

Competencia

Ubicar las fuentes documentales, los recursos de información y los conocimientos

iniciales para realizar una investigación metodológicamente organizada y de manera responsable, sobre un tema específico del entorno.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2			2	2	6	

Contenidos

1. La investigación como proceso
 - La ciencia y el conocimiento
 - Los diversos tipos de investigación
 - El investigador y sus características
 - La ética de la investigación
2. La pertinencia de las fuentes y los recursos.
 - Tipos de fuentes documentales.
 - Otros tipos de fuentes.
 - Recursos tecnológicos en las fuentes documentales.
 - Sistema APA y MLA para uso de fuentes documentales.
3. Técnicas de investigación
 - Fichas bibliográficas
 - Fichas de publicaciones periódicas
 - Fuentes no impresas
 - Fichas de trabajo

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte escrito que describa las características básicas sobre un tema que haya indagado en fuentes de tipo documental.

Elabora fichas de trabajo, bibliográficas y documentales

Bibliografía

Arias Galicia, Fernando (1999) Lecturas para el curso de metodología de la investigación. Trillas.

Baena Guillermina(1983) Manual para elaborar trabajos de investigación documental. Editores Mexicanos Unidos.

Bavaresco de Prieto Laura (1991) Las técnicas de investigación.
Iberoamericana,
Bunge Mario. La ciencia, su método y su filosofía. Siglo Veinte.
Garza Mercado Ario (1994). Manual de Técnicas de investigación para
estudiantes de ciencias sociales. El Colegio de México.
Gomezjara Francisco (2001) El diseño de la investigación social. Fontamara.
Hernández Sampieri Roberto y otros (2003) Metodología de la investigación.
McGraw Hill.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Taller de lengua escrita Período Primero

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Reconocer las características normativas de la lengua escrita del español mediante la identificación y descripción de ejemplos pertinentes para establecer los hábitos lingüísticos del uso mexicano estándar.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		4		2	8	

Contenidos

1. Ortografía
 - Vocales, consonantes y acentuación
 - Puntuación
2. Morfología de los nominales
 - Sintagma nominal
3. Morfología del verbo
 - Tipos de verbos

Evidencia de desempeño:

Ejercicios ortográficos.
Ejercicios de comparación de estructuras sintácticas.
Elaboración de textos.

Bibliografía

Maqueo, Ana María (1999) Redacción. Limusa.
Mateos, Agustín (2003) Ejercicios ortográficos. Esfinge.
Seco, Manuel (2001) Gramática esencial del español. Espasa-Calpe.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Desafíos contemporáneos I Período Primero

Área de conocimiento Conocimiento de la realidad social

Competencia

Identificar las problemáticas sociales, políticas, culturales, económicas e históricas que caracterizan la sociedad actual con el fin de describir integralmente su impacto en el mundo contemporáneo

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Modernidad, procesos de modernización y modernismo
Procesos de modernización del siglo XX y XXI
Crisis de la modernidad
2. Definiciones y conceptos claves para comprender el mundo contemporáneo:
Estado-nación
Migración
Movimientos sociales
Nuevas tecnologías y sociedad de la información
Identidades culturales (la especificidad regional, los jóvenes, las mujeres, los indígenas, diversidad sexual)
Globalización-mundialización

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte de investigación donde profundice un tema o problemática social, política, económica de ámbito nacional o internacional, haciendo uso adecuado de fuentes y manejo de información.

Bibliografía

Berman, Marshall. (1988) Todo lo sólido se desvanece en el aire. Ed Siglo XXI, México
Hobsbawm, Eric (1998) Historia del Siglo XX. Ed. Crítica, Barcelona
Ianni, Octavio (2000). Enigmas de la modernidad mundo. Ed. Siglo XXI. México
Nuñez Florencio, R. (1993). Sociedad y política en el siglo XX. Ed. Síntesis, Madrid

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Estructura socioeconómica de México Período primero

Área de conocimiento Conocimiento de la realidad social

Competencia

Analizar las características más relevantes del entorno económico y social del y país teniendo como marco de referencia los distintos modelos económicos implementados y que explican la actual situación socioeconómica a nivel nacional regional para fomentar el sentido crítico y propositivo logrando comprender la problemática que se enfrenta ante los cambios en el nuevo orden mundial para sensibilizarse ante la actual problemática económica y social del País

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Geografía económica de México
 - Introducción : definiciones y conceptos básicos
 - Aspectos básicos de la geografía física
 - Aspectos demográficos
 - Crecimiento y desarrollo económico
 - Desarrollo sustentable
2. Ramas y actividades económicas
 - Sector Primario
 - Agricultura
 - Régimende Propiedad*
 - Propiedad ejidal*
 - Empresa Agrícola*
 - Ganadería
 - Minería
 - Pesca
 - Silvicultura
 - Sector Secundario
 - Principales Ramas del Sector Secundarios
 - Sector Terciario
 - Comercio
 - Transporte
 - Servicios Bancarios
 - Servicios Comunes, Sociales y Personales
 - Otros

3. Definiciones y conceptos básicos
 - Modelos Económicos (Definiciones y conceptos básicos)
 - Modelo de sustitución de importaciones
 - Conceptos y medidas
 - Faces del modelo S I
 - Estadísticas de los sectores económicos y sociales durante el modelo S I
 - Modelo de crecimiento de hacia fuera
 - Conceptos Básicos
 - De la política económica de 1982-1988
 - De la política económica de 1988-1994
 - De la política económica de 1994-2000
 - De la política económica de 2000-2006
4. Problemas actuales de la economía mexicana
 - Situación del Campo
 - Situación de la Industria
 - Mercado Laboral
 - Balanza de pagos y Deuda externa
 - Concentración del Ingreso y Pobreza
5. Inserción de México en la Economía Global
 - Lo Global, lo Nacional y lo Regional
 - Relaciones Económicas Internacionales
 - Tratados de Libre Comercio
 - Inversión Extranjera
 - Transferencia de tecnología
 - Comercio Exterior

Evidencia de desempeño:

Desarrolla un trabajo colectivo sobre la estructura socioeconómica de una región del país, considerando los principales indicadores que permitan comprender y analizar la realidad que presenta la región realizando un análisis crítico y propositivo.

Bibliografía

- Bassols, Ángel Geografía económica de México, Ed. CECSA
- Villareal, René y Rocío Villareal Un modelo de competitividad sistemática para el desarrollo Ed. Océano 2002
- Urquidí, Víctor L. "México en la Globalización . Aspectos Generales y Regionales" en Wilkie, James W., Alejandro Mungaray y Jesús Arroyo (Coord.). México y el mundo, ANUIES, México 1999

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Desafíos contemporáneos II Período Segundo

Área de conocimiento Conocimiento de la realidad social

Competencia

Identificar de manera crítica el fenómeno de la globalización con las Problemáticas que caracterizan a la sociedad contemporánea de México, con el fin de inferir su impacto en el entorno inmediato.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	Desafíos contemporáneos I

Contenidos

1. Aspectos generales de la globalización
Organismos y Tratados internacionales
Derechos Humanos
Industrias Culturales y nuevo orden mundial de la información y la comunicación
La ilegalidad en la globalización: violencia y narcotráfico
2. Movimientos sociales e identidades culturales
Juventud y cultura
Ecología y medio ambiente
Género
El proyecto educativo

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte de investigación donde relaciones un tema en particular de la globalización con las problemáticas que identifica en la región donde habita haciendo uso adecuado de fuentes y manejo de información

Bibliografía

- Ferrer, Aldo. (1999) De Cristóbal Colón a Internet; América Latina y la globalización, Ed. Fondo de Cultura Económica. México
- García Canclini, Néstor. La Globalización imaginada. Ed. Paidós, México
- Ianni, Octavio. (1996) Teoría de la globalización. Ed. Siglo XXI, México
- Lull, James. Medios, comunicación y cultura. Aproximación global. Amorrortu, Buenos Aires

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (1994) Texto Oficial, Secofi, Ed. Porrúa, México.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Laboratorio de cómputo Período Segundo

Área de conocimiento Investigación

Competencia

Elabora creativamente documentos académicos en distintos formatos utilizando tablas, objetos y gráficos para presentar los resultados de la información recabada a través de Internet o de otras fuentes de información.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	1		3		1	5	

Contenidos

1. La computadora y el ambiente Windows
2. Manejo del procesador de palabras
3. Introducción a la hoja de cálculo
4. Presentación de resultados
5. Nociones básicas sobre el Internet
6. Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS)

Evidencia de desempeño:

Realiza prácticas de clase y presenta un trabajo final donde Demuestra el manejo de los programas con la aplicación de los contenidos de la materia.

Bibliografía

Norton, Peter. Introducción a la computación. Tercera edición. Ed. Mc Graw Hill, México, 2000.

Pascual, Francisco. Domine Microsoft Office 2000 Premiun. Ed. Alfaomega, Colombia 2000.

Bott, Ed. Descubre Microsoft 2000. Ed. Prentice Hall, Madrid, España. 2000.

Camacho, Rosales Juan. Estadística con SPSS para Windows. Ed. Alfaomega, Madrid, España. 2001.

Ferran, A. Magdalena. SPSS para Windows: análisis estadístico. Ed. Mc Graw Hill, México, 2001.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Taller de composición Período Segundo

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Elaborar textos críticos que reflejen el aparato argumentativo-expositivo así como la estructura gramatical del español mexicano estándar mediante ejercicios de redacción pertinentes para lograr una comunicación escrita eficiente.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	1		4		1	6	Taller de Lengua Escrita

Contenidos

1. Generación de ideas
Acopio y organización de las ideas
Índices y mapas conceptuales
2. Construcción de textos argumentativos y expositivos
Tipos de párrafos
Tipos de introducción y conclusión
3. Estilo cohesionado de escritura
Marcadores textuales
Dudas lingüísticas I

Evidencia de desempeño:

Elaboración de mapas conceptuales e índices.

Elaboración de textos de acuerdo con el aparato estructural del ensayo.

Redacción de textos argumentativo-expositivos.

Bibliografía

Serafín, M. (1994) Cómo se escribe. Ed. Paidós. Barcelona.

Cassany, D. (1997) La cocina de la escritura. 5ª. Edición. Anagrama. Barcelona.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Ciencia y Comunicación Período Segundo

Área de conocimiento Teoría de la comunicación

Competencia

Relaciona de manera crítica la dimensión histórica y científica de la Comunicación, analizando la conformación de paradigmas y campos académicos

mediante la aplicación de criterios epistemológicos para ubicar los elementos que constituyen la disciplina de comunicación.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos Temáticos

1. Reconstrucción histórica de la ciencias sociales
 - Los debates y posturas
 - Naturaleza del conocimiento científico social
 - Las ciencias sociales y su función en la sociedad
2. Constituyentes de la ciencia y posturas en torno a lo social
 - Teoría e investigación
 - Paradigma positivista en la ciencia
 - Paradigma realista
 - Paradigma hermenéutico
 - Paradigma interaccionista
3. Comunicación: objeto y campo de estudio
 - Epistemología de la comunicación
 - El estudio de la comunicación en Estados Unidos y Europa
 - Campo académico de la comunicación en México

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte escrito discutiendo la naturaleza y construcción del conocimiento sobre la comunicación, distinguiendo los paradigmas que la han estudiado en el marco de las ciencias sociales.

Bibliografía

- Fuentes Navarro, Raúl (1998): La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México. México: ITESO y Universidad de Guadalajara.
- Orozco, Guillermo (1997): Investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Argentina: Universidad Nacional de La Plata/Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario A. C

Vasallo de Lopes, Immacolata y Fuentes, Raúl (2001) (comps.) Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. Guadalajara: ITESO.

Wallerstein, Immanuel (coord.) (1996): Abrir las ciencias sociales. México: Siglo XXI/CIIH UNAM.

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Taller de comunicación y sociedad Período Segundo

Área de conocimiento Teoría de la comunicación

Competencia

Identificar de manera empírica, procesos y prácticas de comunicación en sus distintas dimensiones para inferir las implicaciones socioculturales del entorno sociocultural fronterizo en los intercambios de sentido

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	1		4		1	6	

Contenidos

1. Dimensiones de la comunicación.
2. Etnografía y observación participante
3. Las dimensiones y contextos de la comunicación en el entorno.
4. El sujeto en procesos y prácticas de comunicación.
Sujeto y sujetos de la comunicación.
Cartografías de la ciudad.
Expresiones colectivas y comunicación.
5. Socialidad y reflexividad de la dimensiones de la comunicación.
6. La producción social de sentido como principio comunicacional.

Evidencia de desempeño:

Elabora de manera creativa una bitácora donde registra la observación de los fenómenos de comunicación en diferentes ámbitos y realiza un análisis contextualizando lo observado con las características del entorno.

Bibliografía

- Auge, Marc (1993): Los 'no lugares'. Espacios del anonimato. Editorial Gedisa. 1ra. Edición. Barcelona, España,
- Ferry, Jean-Marc, D. Walton y otros (1992): El Nuevo Espacio Público. Gedisa Editorial. Barcelona, España.
- García Canclini, Néstor (1995). Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Ed. Grijalbo. 1ra. Edición. México,
- Gubern, Román (1992): La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea. GG MassMedia. Editorial Gustavo Gili. 2da. Edición revisada. México,
- Martín-Barbero, Jesús (1998). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Ed Gustavo Gili. México

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Desarrollo de habilidades de lectura Período Optativa Etapa Básica

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Aplicar los diferentes modelos de lectura para desarrollar la percepción, la memoria funcional, la creatividad, el razonamiento lógico y la evaluación crítica a través de textos diversos que muestren la realidad cultural, política, económica y social del entorno.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. La lectura selectiva

Estrategias de prelectura

Orientación de actitudes antes de empezar la lectura

Definir objetivos de lectura

Hojear

Examinar

2. La lectura de comprensión

Patrones de organización (clasificar, relacionar, distinguir, etc.)

Los tres niveles de comprensión: informativo, estilístico e ideológico

Influencias recíprocas entre producción del texto y lectura

La estructura argumentativa (enunciados de apoyo, puntos principales y conceptos centrales).

3. Lectura crítica

Modelo de desplazamiento textual: (emisor, realidad, espacio textual, marcas, estructura, tipos de discurso, receptor)

Contextualización de la fuente

Confiabilidad del texto: análisis del lenguaje y tono.

Propósito y objetivo del autor

Hechos, inferencias y opiniones

La argumentación (tema, hipótesis central y secundarias, conceptos centrales, conclusiones)

Contradicciones internas, ambigüedades y elementos tendenciosos

Evaluación final del texto

4. Lectura crítica de los medios

El periódico: códigos paralingüístico, lingüístico e icónico

La imagen estática: fotografía y caricatura función y códigos

La imagen en movimiento: códigos y características

El discurso televisivo: seducción y fascinación

Evidencia de desempeño:

Elabora de manera creativa una bitácora donde registra la observación de los fenómenos de comunicación en diferentes ámbitos.

Bibliografía

Argudín, Yolanda y María Luna (2001) Desarrollo del pensamiento crítico, Plaza y Valdés, México .

Díaz Barriga, F. y Hernández Rojas, G. (2003) Estrategias docentes para un aprendizaje significativo, Mc Graw Hill 2ª ed., México

Eco, Humberto (2002) Sobre literatura, RqueR Ed., Barcelona

Ferreiro, Emilia (1999) Cultura escrita y educación, FCE, México

Cómo leer textos literarios, (1996) Ed. EDAF, Madrid

Palacios Sierra, Margarita et al. Leer para pensar, (1995) Ed. Alambra mexicana, México

Petit, Michel (1999) Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura, FCE México

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Taller de expresión oral Período Optativa Etapa Básica

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Analizar ejemplos de expresión oral del participante para realizar español metodológicamente producciones orales que reflejen el uso aceptado del Mexicano estándar.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Funciones del lenguaje
 - Lenguaje, lengua y habla
 - Lengua y situación
 - Niveles o registros de lengua
 - La comunicación humana, sus principios
2. La redacción: preescritura y escritura
 - Requisitos de la comunicación escrita
 - Generación y organización de ideas
 - La escritura: el párrafos
 - La estructura del texto
3. Tipos de texto
 - Textos expresivos, narrativos y descriptivos
 - Textos especializados: El ensayo
 - Textos científicos y periodísticos
 - Algunas dificultades lingüísticas
4. Lengua oral
 - El estilo y la corrección gramatical en el discurso oral forma
 - La voz y los aspectos fónicos
 - Tipos de discurso
 - Otros tipos de expresiones orales

Evidencia de desempeño:

Elabora mensajes destinados a los medios y documentos oficiales
Organiza y participa en conferencias, mesas redondas y debates
Escribe artículos y ensayos

Bibliografía

Cantú, L. Flores y Roque, M.C.,(1999) Comunicación oral y escrita, México, UANL,

Serafín, Ma. T., (1997) Cómo se escribe, Paidós, Barcelona

MacEntee, Pilleen, (2004) Elocuencia para hablar en público, Mc Graw Hill, México.

Cassany, D., (1999) Construir la escritura, Paidós, Barcelona,

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Desarrollo de competencias comunicativas Período Optativa Etapa Básica

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Aplicar las características fonéticas y léxicas del español mexicano normativo en la práctica individual por medio de estimulación auditiva (método A. Tomatis) y ejercicios pertinentes para establecer los hábitos de uso mexicano estándar.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Fonética articuladora

- Sistema fonético del español mexicano estándar.
- Principales características de las variantes dialectales de México.
- Comparación descriptiva y articuladora de fonemas y alófonos.
- Audiciones con fonemas del español mexicano normativo.

2. Comprensión de textos

- Análisis del significado de textos pertinentes.
- Comprensión de textos por medio del análisis de los nexos oracionales.\

3. Ortografía

- Principales problemas de la ortografía de la lengua española.
- Ortografía de la conjugación irregular.
- Ortografía de la derivación nominal.

Evidencia de desempeño:

Audición comparativa de fonemas y alófonos.

Ejercicios de comprensión de textos.

Elaboración de textos.

Ejercicios ortográficos.

Bibliografía

- Moreno de Alba, José G., (1994) La pronunciación del español en México. El Colegio de México. México.
- Onieva Morales, José Luis, (1994) Análisis gramatical superior. Edit. Playor. Madrid.

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Introducción a la Lingüística Período Optativa Etapa Básica

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Identificar las dimensiones de la comunicación verbal mediante prácticas de la específicas lingüísticas y sociolingüísticas considerando valores socioculturales sociedad mexicana con objeto de cumplir con las características del español mexicano estándar.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Propuesta de la lingüística como estudio científico de la lengua
La lingüística del siglo XX

2. El nivel de los sonidos
Definición fonológica
Definición fonética

3. Descripción del nivel morfosintáctico y semántico
La morfosintaxis y su alcance
La semántica y la pragmática

4. Norma lingüística
Variedad dialectal y normatividad

Evidencia de desempeño:

Describe ejemplos representativos de expresión oral en lengua española y que incluyen: transcripción fonética y fonológica, descripción morfológica y sintáctica. Distingue características propias de muestras de comunicación oral comparándolas con textos escritos. Señala y discrimina rasgos de la lengua normativa y de la lengua coloquial del español mexicano estándar. Identifica, analiza y evalúa usos lingüísticos del español en relación con valores culturales sociales de México

Bibliografía

Martín Vide, C. (ed.) Elementos de lingüística. Ediciones Octaedro. Barcelona. 1996.

Matínez Celdrán, E. Lingüística. Teoría y aplicaciones. Ed. Masson. Barcelona. 1998.

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Sociedad y Cultura Período Optativa Etapa Básica

Área de conocimiento Conocimiento de la realidad social

Competencia

Identificar los cambios actuales en la educación para explicar el impacto de la

virtualidad en la cultura y la sociedad

Revisar el desarrollo de las filosofías de la educación en México, desde la perspectiva de las humanidades, para analizar los desafíos de educación superior.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Acercamientos a la cultura
 - La cultura en la sociedad
 - Educación y cultura
2. ¿Qué es cultura?
 - El desarrollo de la cultura en México
 - Nuevas manifestaciones culturales
3. La educación en México
 - La ciencia y la investigación
 - Movilidad social a través de la educación
 - Retos para la educación superior
4. La Internet
 - La educación y cultura virtuales
 - ¿Educación en línea?
 - Sociedad virtual

Evidencia de desempeño:

Elabora, de manera oral y escrita, su postura en donde identifica y reflexiona el estado actual de la cultura y la sociedad en el marco de la influencia de la Tecnología

Bibliografía

Amaya Serrano, Mariano. La cultura. En Sociología general. (pp.163-174), México: McGraw-Hill, 1988.

Cerón Aguilar, Salvador (coord.).Un modelo educativo para México. México: Santillana, 1998.

Gómez Montero, Sergio. En Tiempos de cultura, tiempos de frontera México: FORCA Noroeste, 2003

Latapi Sarre, Pablo (coord.). Un siglo de educación en México. México: FCE, 1998.

Pérez Gómez, Angel. La cultura escolar en la sociedad neoliberal. Madrid: Morata, 1998.

Rodríguez Gómez, Roberto. En Universidad Futura. (Pp.47-59). México: Universidad Futura, 1993.

Villegas, Abelardo. El nuevo perfil de la cultura mexicana. En Filosofía de la cultura en México. México: Editorial Plaza Valdés/Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 1997

ETAPA DISCIPLINARIA

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Observatorio de la comunicación I Período Tercero

Área de conocimiento Investigación

Competencia

Aplicar métodos y técnicas de investigación cualitativas para describir fenómenos o procesos de comunicación en el contexto fronterizo y en el ámbito Interpersonal

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		4		2	8	

Contenidos

1. Ubicación epistemológica del paradigma cualitativo
2. La investigación social de segundo orden.
3. Comprensión e interpretación.
4. Selección de muestras en el paradigma cualitativo.
5. La pertinencia epistémica.
6. Metodología, métodos, técnicas.
7. Etnometodología.
8. Observación participante/etnografía.
9. Entrevista cualitativa.
10. Sesiones de grupo.
11. Los reportes de investigación de tipo cualitativo.

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte de investigación que describa, de manera creativa, las cualidades socioculturales de algún fenómeno o proceso de comunicación

Bibliografía

- Ibáñez, Jesús.(1991). El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden. Siglo XXI, México
- De Certeau, Michel.(1995). La invención de lo cotidiano. UIA/ITESO. México
- Berger, Peter y Thomas Luckman. (2001). La construcción social de la realidad. Amorrortu, Buenos Aires
- Bericat, Eduardo. (1998). La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Ariel, Barcelona

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Comunicación y sujeto Período Tercero

Área de conocimiento Teoría de la comunicación

Competencia

Identificar los elementos que componen los procesos y fenómenos de Comunicación que se generan intra, interpersonal y grupal distinguiendo de forma sistemática los niveles y formas de interacción social en un contexto para apropiarse de un marco de interpretación sobre la comunicación.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Subjetividad y comunicación
 - Pensamiento y lenguaje
 - Construcción del yo e intersubjetividad
2. Interacción social y comunicación
 - Principios básicos de la interacción social
 - Comunicación no verbal y proxémica: rostro, gesto, cuerpo y emoción
 - Comunicación verbal: reglas sociales, conversaciones y habla
 - Comunicación en grupos
 - Modelos de comunicación
3. Comunicación y contexto social
 - Teoría de la acción social
 - Agencia social: conciencia y poder de actuación
 - Acción, interacción y poder

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte escrito sobre un fenómeno social comunicativo aplicando teorías comunicacionales con alcance micro para señalar las características de dicho fenómeno en un contexto socio-cultural.

Bibliografía

Ellis, R. y McClintock, A (1993): Teoría y práctica de la comunicación humana. Paidós Barcelona

Goffman, Erving (1988): La presentación de la persona en la vida cotidiana Amorrortu, Buenos Aires.

Mead, George H. (1990) Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social, Paidós, Barcelona.

Watzlawick, Paul; Beavin, Janet; Jackson, Don. (1993): Teoría de la comunicación humana, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Frontera Norte de México Período Tercero

Área de conocimiento Conocimiento de la realidad social

Competencia

Relacionar la información social, económica, histórica y política que caracteriza el contexto fronterizo para interpretar de manera crítica los fenómenos que en ella ocurren

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Definición del concepto Frontera
2. Aspectos históricos:
Definición de la Frontera Norte de México
Conformación y características del eje San Diego - Tijuana
3. Frontera Norte y contexto actual
Migración
Globalización
Procesos electorales: California y Baja California
Desarrollo industrial
Manifestaciones culturales: teatro, literatura, expresiones musicales

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte oral, visual o escrito sobre una temática fronteriza utilizando adecuadamente las fuentes y los recursos de información

Bibliografía

- Bustamante, Jorge A. (1997) Cruzar la Línea : la Migración de México a los Estados Unidos. Fondo de Cultura Económica, Sección de obras de economía. México, D.F.
- Fairbank, Maslin, Muallin & Associates. (1996) Immigration at the End of the 20th Century. Focus Groups. Center for National Policy. Los Angeles, California.
- Galeana, Patricia. (comp) (1999) Nuestra Frontera Norte. México, D.F.: Archivo General de la Nación.
- Zepeda Miramontes, Eduardo y Verduzco, Gustavo Félix. El empleo y los Servicios en la Frontera Norte. Universidad Autónoma de Coahuila, Centro de Investigaciones Socio
- Revista Frontera Norte, Colegio de la Frontera Norte, México

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Ética de la comunicación y los medios. Período Tercero

Área de conocimiento Conocimiento de la realidad social

Competencia

Analiza críticamente el ejercicio profesional de la comunicación identificando conductas individuales y sociales que faciliten la distinción entre las implicaciones

Morales y éticas para el desarrollo de responsabilidad

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Ética humanística
2. Ética y responsabilidad
3. Deontología (códigos de ética)
4. Ética periodística y medios audiovisuales
5. Taller de análisis ético de medios.

Evidencia de desempeño:

Realiza un estudio de caso donde analiza las prácticas comunicacionales tanto Sociales como mediáticas desde una perspectiva que humanística y que atiendan
al criterio de responsabilidad social.

Bibliografía

- Fromm, Erich: (1953) Ética y psicoanálisis, FCE, Breviarios No. 74, México.
- Mele, Doménech: (1997) Ética en la dirección de empresas, Ediciones Folio, (Biblioteca IESE de gestión de empresas), Barcelona.
- RIVERS, William L. Y Cleve Matheus (1994): La ética en los medios de comunicación, Ed. Gernika, México.
- Vazquez Fernández, Francisco (1991) Ética y deontología de la información, Ed. Paraninfo, España .

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Fotografía Período Tercero

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Aplicar la tecnología básica para la producción fotográfica y el proceso de revelado e impresión en blanco y negro, para que sea aplicada eficazmente en el desarrollo de proyectos en un discurso visual.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	1		3		2	6	

Contenidos

1. Historia de la fotografía
Invento y desarrollo
2. La cámara fotográfica
Tipos, características y funcionamiento
3. Película fotográfica
4. Luz y medición
5. Laboratorio
6. Nuevas tecnologías en fotografía

Evidencia de desempeño:

Realiza una serie fotográfica (muestrario) de conocimientos aplicados a la imagen fotográfica sobre diversos temas

Bibliografía

- Beaumont Newhall, Historia de la fotografía. Editorial Gustavo Gilli, S.A. Barcelona, 2002.
- Casanoca, Rosa y Debroise, Olivier. Sobre la superficie bruñida de un espejo. Fotógrafos del Siglo XIX. Fondo de Cultura Económica, S.A. de C.V. México 1989.
- Gisele Freund. La fotografía como documento social. Editorial Gustavo Gilli, S.A. Barcelona 2001, novena edición. Páginas varias.
- Lanford, Michael. Así se empieza en la fotografía. Editorial daimon Mexicana, S.A. México 1991

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Observatorio de comunicación II Período Cuarto

Área de conocimiento Investigación

Competencia

Aplicar las distintas formas de procesamiento de datos para fundamentar las interpretaciones respecto a las características de la población de estudio, a través de herramientas numéricas descriptivas o de inferencia.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		4		2	8	Observatorio de la comunicación I

Contenidos

1. Técnicas cuantitativas de recolección de datos
2. Distribución de frecuencias y tipos de gráficas
3. Medidas descriptivas y de variabilidad
4. Distribución normal y prueba de hipótesis
5. Fundamentos de muestreo

Evidencia de desempeño:

Presenta un reporte de casos prácticos donde aplique una o más técnicas, incluyendo sus interpretaciones y conclusiones.

Bibliografía

- LEVIN, Jack. Fundamentos de Estadística en la Investigación Social. Editorial Harla. 2da. Edición, México, D. F., 1979
- MENDEHALL, William. Estadísticas para Administración y Economía. Grupo Editorial Iberoamérica, 3ra. Edición. México, 1989.
- LEVIN, Richard y RUBIN, David. Estadísticas para Administradores, Editorial Prentice Hall, sexta edición, México, 1996.
- Krippendorff, Klaus. (1990). Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica. Barcelona: Paidós.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Comunicación e institución Período Cuarto

Área de conocimiento Teoría de la comunicación

Competencia

Identificar las características de los procesos y prácticas de comunicación que configuran estructuras (instituciones y organizaciones) examinando las propuestas teóricas de distintas modalidades del ámbito social para apropiarse de un marco de interpretación sobre la comunicación.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Antecedentes de las teorías estructurales
Funcionalismo, marxismo y estructuralismo
2. Estructura e institución
Teoría de la estructuración
Sujeto, acción y estructura
Dualidad de la estructuración
Teoría de los campos
Habitus, prácticas y campo social
Lógica del campo social y los capitales
3. Los medios masivos de comunicación como instituciones sociales
Los medios como instituciones sociales: radio, televisión y prensa
Sociología de la producción de mensajes
La teoría del gatekeeper o guardabarreras

Evidencia de desempeño:

Realiza un estudio de caso sobre las prácticas de comunicación identificadas en ámbitos sociales o institucionales (dentro de un medio de comunicación) mediante un esquema teórico que permita explicar sus rasgos constitutivos.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre (1997): Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Barcelona: Paidós
- Giddens, Anthony (1995): La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración (1984). Buenos Aires: Amorrortu.
- Lozano, José C. (1996): Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Alhambra
- Thompson, John (1998): Los media y la modernidad. Una teoría social de los medios. Barcelona: Paidós.
- Wolf, Mauro (1987): Investigación de la comunicación de masas. México: Paidós.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Periodismo Período Cuarto

Área de conocimiento Lenguaje y Discurso

Competencia

Redactar noticias y reportajes (géneros periodísticos: objetivo y subjetivo) recopilando información de la realidad social, política, cultural, económica o histórica para difundirla con ética y de acuerdo a los lineamientos editoriales de la institución periodística en la cual desarrolla su práctica.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2			2	2	6	

Contenidos

1. El periódico
2. El reportero
3. La noticia
4. Las fuentes de información
5. Géneros periodísticos:
 - Entrevista
 - Crónica
 - Reportaje
 - Columna

Evidencia de desempeño:

Elabora reportajes escritos resultado de la recopilación de información del entorno sociocultural y considerando las fuentes de información.

Bibliografía

Baena Paz Guillermina (1999), Géneros periodísticos informativos, México: Pax México.

Benavides Ledesma José Luis y Carlos Quintero Herrera (1997), Escribir en prensa. Redacción informativa e interpretativa, México: Alhambra Mexicana.

Basteiner, Miguel Ángel (2001), El blanco móvil, curso de periodismo, México: Ediciones El país/ Aguilar.

Del Río Reynaga Julio (1992), Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, México: Editorial Diana.

Leñero, Vicente y Carlos Marín (1986), Manual de periodismo, México: Grijalbo.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Legislación de los medios Período Tercero

Área de conocimiento Conocimiento de la realidad social

Competencia

Identificar el marco legal del ejercicio profesional a través de los medios de comunicación con el fin de enmarcar con responsabilidad social y jurídica, el quehacer profesional del comunicador

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. El marco constitucional de los medios de comunicación
Las libertades tradicionales
Libertad de expresión
Libertad de imprenta
Derecho de petición
2. El nuevo derecho a la información
3. Legislación vigente de los medios de comunicación masiva
4. Derecho de autor

Evidencia de desempeño:

Realiza un estudio de caso nacional o internacional donde analiza la normatividad

jurídica del uso y acceso a los medios masivos de comunicación

Bibliografía

Villanueva Villanueva Ernesto, Derecho mexicano de la información, Ed Oxford
Carpizo Jorge, Carbonell Miguel, Derecho de la información y derechos humanos. UNAM.

Ley General de acceso a la información pública

Ley General de Radio y Televisión

Ley General de Telecomunicaciones

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

<http://profesor.sis.uia.mx/aveleyra/comunica/leyes/libskonsts.htm>

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Televisión Período Cuarto

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Aplicar con sensibilidad estética, los conocimientos prácticos necesarios para la realización de proyectos audiovisuales con contenido de interés para la su entorno

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	1		3		1	5	

Contenidos

1. Normas del televisión en el mundo
2. Organización básica de una estación de televisión
3. La cámara de televisión y los elementos básicos para la producción
4. El proceso de producción
5. Fundamentos de la producción televisiva

Evidencia de desempeño:

Realiza un proyecto audiovisual (televisión o video) donde aborde una temática de interés local y aplique los conocimientos técnicos de la asignatura

Bibliografía

González Treviño, Jorge E. Televisión y Comunicación: Un enfoque teórico-práctico. Alhambra. México, 1997

Kenny Robert, Teaching TV Production in a digital world: Integrating Media literacy. Focal Press. New York 2002

Llorens, Vicente. Fundamentos Tecnológicos de video y televisión 1995.

Millerson, Gerald. The technique of television production, Focal Press, London , England, 1992.

Zettl, Herbert. El manual de producción para vídeo y televisión. Escuela de cine y video. España. 1996.

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Metodología y análisis Período Quinto

Área de conocimiento Investigación

Competencia

Utilizar sistemáticamente el recurso analítico pertinente en la interpretación de diversos tipos de datos de investigación para relacionarlos con la realidad fronteriza con compromiso social

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		4		2	8	

Contenidos

1. Naturaleza del dato empírico
2. Interpretación y la correlación.
3. El análisis socio semiótico.
4. El análisis argumentativo.
5. El análisis discursivo.
6. El análisis coyuntural.
7. El análisis sociohistórico.
8. La estrategia narrativa del análisis.

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte en diferentes formatos donde utilice uno de los recursos de análisis sobre una problemática real o un estudio de campo.

Bibliografía

- Lope Blanche, Juan M. (1987). Análisis gramatical del discurso. México, D.F.: UNAM.
- Van Dijk, Teun A. (1980). Estructura y funciones del discurso. México, D.F.: Siglo Veintiuno.
- Moraga Spa, Miguel (comp.) (1984) Semiótica de la comunicación de masas, Barcelona, G.Gilli
- Ramírez, José Alejandro (2001), Análisis de argumentos: Una estrategia pedagógica para el desarrollo del pensamiento crítico, Puebla, Licenciatura en Innovaciones Educativas-Universidad de las Américas.
- Barthes, R: La aventura semiológica, Barcelona, Orbis/Hispanoamérica

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Comunicación, tecnología e información Período Quinto

Área de conocimiento Teoría de la comunicación

Competencia

Interrelacionar un esquema interpretativo sobre las dinámicas comunicacionales mediadas por la tecnología y la circulación de información examinando las implicaciones sociales, económicas, políticas y culturales en la sociedad que permita explicar los procesos comunicativos en contextos informacionales y tecnológicos.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Teoría de la información y cibernética
 - Teoría matemática de la información
 - La cibernética: teoría de sistema
2. La revolución tecnológica y los medios de comunicación
 - Desarrollo tecnológico: electrónica y telecomunicaciones
 - Contexto político y comercial en la evolución tecnológica
3. Los medios de comunicación como extensiones del hombre
 - Teoría de los medios
4. Nuevas tecnologías de comunicación
 - Realidad virtual y modalidades de contenido: hipertexto
 - Racionalidad tecnológica y comunidades virtuales
 - Cibercultura y comunicación
4. La sociedad de información
 - Economía, sociedad y cultura en la era de información
 - Mediación tecnológica y sedimentación social: tecnópolis

Evidencia de desempeño:

Realiza un estudio de caso sobre los procesos de comunicación y de información (mediáticos o directos) identificados en la sociedad, considerando un esquema teórico pertinente para su explicación.

Bibliografía:

- Castells, Manuel (1996): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1 La sociedad red. Siglo XXI. México
- Mcluhan, Marshall (1977): La comprensión de los medios como las extensiones del hombre, Diana, México.

Schramm, Wilbur (1990): La ciencia de la comunicación humana. Editorial Grijalbo: México.

Wiener, Norbert (1985): Cibernética, o el control y comunicación en animales y máquinas. Tusquets, Barcelona.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Comunicación organizacional Período Quinto

Área de conocimiento Teoría de la comunicación

Competencia

Identifica los fenómenos y procesos de comunicación en un contexto organizacional, dimensionando los elementos culturales, económicos y administrativos que conforman una institución, con el fin de diseñar estrategias orientadas al cumplimiento de los objetivos institucionales .

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Mercado y empresa: perspectiva económica y social
 - Formalización de las transacciones
 - Emergencia de las organizaciones en el mundo moderno
2. Comunicación y organización
 - Concepto, orígenes y desarrollo de las organizaciones
 - Comunicación en la organización
 - Información y comunicación
3. Campo de la comunicación organizacional
 - Objeto de estudio de la comunicación organizacional: ciencia y disciplina
 - Competencias del comunicólogo organizacional: perfil
 - Revisión de teorías organizaciones
4. Cultura organizacional
 - Cultura en las organizaciones: creencias, valores y comportamiento
 - Ambiente y clima organizacional

Evidencia de desempeño:

Realiza un estudio de caso sobre los procesos y prácticas de comunicación identificadas en un contexto organizacional, considerando un marco teórico apropiado para explicar las características generales de una organización

Bibliografía

- Goldhaber, Gerald (1990): Comunicación organizacional. Diana: México.
- Collado, Carlos (1991): La comunicación en las organizaciones. Trillas, México
- Martínez de Velazco, Alberto y Nosnik, Abraham (1995): Comunicación Organizacional. Manual Gerencial. México, Trillas.
- Rebeil Corella, María Antonieta y RuizSandoval Reséndiz, Celia (coords.) (2000): El poder de la comunicación en las organizaciones. Plaza y Valdés/Universidad Iberoamericana. México

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Planeación estratégica Período Quinto

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Análizar racionalmente las oportunidades ofrecidas por el medio ambiente, de los

puntos fuertes y débiles de la organización, a fin de contar con la información estratégica y determinar los objetivos a corto, mediano y largo plazo de una organización real y proponiendo políticas, procedimientos y métodos para lograrlos.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		4		2	8	

Contenidos

1. Sentido de la planeación para el cambio social y organizacional
2. Niveles y conceptos operativos:
Conceptos generales de la planeación estratégica
Modelos de Planeación estratégica
3. Proceso de planeación estratégica
4. Planeación estratégica en la comunicación organizacional
5. Redacción y presentación del plan estratégico

Evidencia de desempeño:

Elabora un proyecto de una realidad social en formato escrito y visual

Bibliografía

Tomamasini, Alfredo A. Planeación estratégica y control de calidad, Editorial Grijalbo, 2001

Mintzberg, H. y Briñas H. El proceso estratégico, conceptos, contextos y casos. Editorial Prentice Hall, 1999.

Porter, Michael. Estrategia competitiva., Editorial C.E.C.S.A. 2002

Davida, Fred R. Conceptos de administración estratégica. Editorial Prentice Hall, México, 1999

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Discurso Visual Período Séptimo

Área de conocimiento Lenguaje y Discurso

Competencia

Analizar los principios iconográficos para producir un discurso visual según las intencionalidades comunicativas y haciendo uso de las herramientas teóricas, metodológicas y tecnológicas de la profesión

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	3		3		3	9	Fotografía y Televisión

Contenidos

- 1.- Ciencia visual
- 2.- La fisiología humana
- 3.- Sintaxis visual
- 4.- Composición y aplicaciones críticas
- 5.- Planeación y producción de discursos visuales.

Evidencia de desempeño:

Analiza la imagen con una actitud crítica
Produce discursos visuales para solucionar problemas de comunicación

Bibliografía

- Dondis, Donis A. "La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual". Editorial Gustavo Gilli, Barcelona
- Gubern, R. (1987) La mirada opulenta: exploración de la iconosfera contemporánea. Barcelona, Gustavo Gili
- Moles, Abraham.(1991) La imagen, comunicación funcional. México Trillas
- Debray, Régis.(1994) Vida y muerte de la imagen. Editorial Paidós. Barcelona,.
- Martín -Barbero, L. Y Rey, Germán: Los ejercicios del ver. Hegemonía Audiovisual y ficción televisiva. Editorial Gedisa, Barcelona 1999.

7.Descripción genérica de los contenidos

Materia Diagnóstico de la comunicación Período sexto

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Identificar necesidades y restricciones de la comunicación en organizaciones reales, utilizando técnicas de investigación y de análisis para determinar áreas de oportunidad y proponer soluciones efectivas a problemas de comunicación.
Identificar necesidades y restricciones de la comunicación en organizaciones

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2			6	2	10	

Contenidos

1. Definición de Diagnóstico en comunicación
2. Planeación y evaluación como proceso permanente
3. Importancia del diagnóstico en el proceso de toma de decisiones
4. Problematización y determinación de campos de análisis
5. Diseño y aplicación de herramientas

Evidencia de desempeño:

Elaborar un informe del diagnóstico de la comunicación en una organización real,
en formato escrito y visual

Bibliografía

- Villafañe Justo, La gestión profesional de la imagen corporativa. Edit. Pirámide. 1999
- Martín Martín Fernando. Comunicación en empresas e instituciones. Edit. Universidad de Salamanca. España, 1995
- Fernández Collado Carlos, La Comunicación en organizaciones. Edit. Trillas.México. 1997.
- Goldhaber, Gerald. Comunicación Organizacional. Editorial Trillas, 1998
- Serrano Rafael, Pérez Jaime y otros, La Organización Habitable. Edit. Fecha Publicidad, México 2001

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Comunicación, cultura y sociedad Período Sexto

Área de conocimiento Teoría de la comunicación

Competencia

Interrelacionar un esquema interpretativo sobre las dinámicas comunicacionales que despliegan los medios de difusión masiva y las mediaciones culturales ubicando sus implicaciones en las identidades mexicanas y sociedad en general que permita explicar los procesos comunicativos en contextos socioculturales.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Medios masivos de comunicación, cultura y sociedad: modalidades de estructuración social

Industrias culturales e ideología

La transformación de la visibilidad: espacio público y espacio privado

Teorías de la recepción: medios y vida cotidiana

2. Comunicación y cultura: más allá de los medios

La comunicación como producción social de sentido

Comunicación y estudios culturales

3. La escuela culturalista latinoamericana

Las matrices culturales y la identidad cultural

El consumo cultural y las culturas híbridas

Las múltiples mediaciones

Frentes culturales y hegemonía

Evidencia de desempeño:

Realiza un estudio de caso sobre los procesos de comunicación (mediáticos o directos) identificados en la sociedad o en la cultura, considerando un esquema teórico pertinente para su explicación.

Bibliografía

Curran, James et al. (1981): Sociedad y comunicación de masas, México: FCE

García Canclini, Néstor (1990): Culturas híbridas. México: Grijalbo.

González, Jorge (1994): Más(+) Cultura(s): ensayos sobre realidades plurales. México: Conaculta

Martín Barbero, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. Barcelona: Gustavo Gili.

Thompson, John (1998): Los media y la modernidad. Una teoría social de los medios. Barcelona: Paidós

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Administración de sistemas de comunicación Período Sexto

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Desarrollar e implementar políticas, estrategias y proyectos de comunicación efectiva en organizaciones reales, que contribuyan a la gestión de una cultura de comunicación en las organizaciones y fuera de ellas, utilizando herramientas de evaluación y control en los procesos de comunicación.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		4		2	8	

Contenidos

1. Componentes del sistema de comunicación
2. Ambiente organizacional
3. Composición de los públicos
4. Necesidades de comunicación
5. Medios y mensajes
6. Plan de comunicación
7. Redacción y presentación del Plan de comunicación de una organización

Evidencia de desempeño:

Elabora un plan de comunicación organizacional para una situación real, en formato escrito y visual.

Bibliografía

- Del Pozo Lite, Marisa, Gestión de la comunicación interna en las organizaciones. Casos de empresa. Edit. Universidad de Navarra. 2000
- Fernández Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones. Edit. Trilla, México, 1997.
- Jablin Fredric M. Y Putnam L. Linda, The New Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research, and Methods. Sage Publications, California, 2000
- Lucas Marín Antonio, La Comunicación en las empresas y en las organizaciones. Edit. Colección Bosch Comunicación. Barcelona, 1997

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Radio Período Sexto

Área de conocimiento Medios y tecnología de producción de información y comunicación.

Competencia

Utilizar con destreza los elementos teóricos y técnicos de la producción radiofónica para la realización de productos radiofónicos de impacto social mediante la valoración de los lenguajes técnico y narrativo.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	1		3		1	5	

Contenidos

1. Conceptos básicos y fundamentos teóricos
Definiciones
El proceso de comunicación radiofónica
Características del sonido como medio de comunicación.
Características del sonido
AM, FM, DAB e Internet
2. Géneros y formatos radiofónicos:
Géneros: informativos, culturales y entretenimiento.
Formatos: spots o promos, cápsulas, noticiario, mesa redonda, revista o miscelánea, vestido para programas y emisoras.
3. El código radiofónico: la palabra, la música, los efectos sonoros y el ambiente.
4. Guionismo radiofónico:
Lenguaje técnico: chispa o ráfaga, puente, fade o disolvencia, mezcla o crossfade, golpe, liga.
Redacción del guión radiofónico.
5. Operación técnica.
6. Proyecto de producción radiofónica.

Evidencia de desempeño:

Realiza en lenguaje radiofónico, un proyecto de 30 minutos, género y formato libres con spots (2), cápsulas (3), vestido para estación (ID oficial, ID institucional, rompecortes, autopromos), vestido para programa (rubricas de entrada y salida, idas y regresos de corte, rompecortes, autopromos).

Bibliografía

- Camacho, Lidia. La imagen radiofónica. Mc. Graw-Hill Interamericana Editores, 1a. Ed., 1999, México.
- Field, Syd. El manual del guionista. Plot Ediciones SA, 4ta. Ed. 2001, Madrid.
- Figueroa Bermudes, Romero Antonio. !Qué onda con la radio!, Alambra Mexicana, 1a. Ed., 1996, México.
- Garza, Ramiro. Radio actual: qué es y cómo se realiza. EDAMEX, 1992, México.
- Muñoz, José Javier y César gil. La radio: teoría y práctica. Instituto Oficial de Radio televisión Española, 1a. Ed., Revisada 1994-1997, España.
- Shulberg, Bob. Publicidad radiofónica, Mc. Graw-Hill, Santa Fe de Bogotá, 1994, Colombia.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Fotoperiodismo Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Aplicar, con un principio ético, elementos expresivos propios del Fotoperiodismo para documentar mediante discurso en imágenes algún aspecto de la realidad Social.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	Fotografía

Contenidos

1. Antecedentes y contexto del fotoperiodismo
2. Fotoperiodismo y ética
3. Agencias fotográficas de prensa
EFE
Magnum
AP
4. Lectura de imagen fotográfica en publicaciones periódicas
5. Estudio de obras de ejemplares de fotoperiodismo
Robert Capa
Henri Cartier-Bresson
6. Realización de imágenes digitales para fotoperiodismo

Evidencia de desempeño:

Realiza un reportaje fotográfico sobre un acontecimiento social, político o cultural del contexto fronterizo.

Bibliografía

Vilches, Lorenzo (1987): Teoría de la Imagen Periodística, Paidós Comunicación, Barcelona.

Sontang, Susan (2000). La fotografía social. Gustavo Gili, Barcelona.

Fontcuberta, Joan (1997). El beso de Judas. Fotografía y verdad. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Taller de desarrollo creativo Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Distinguir los conceptos y procesos de la creatividad humana, mediante las dinámicas de percepción sensorial e imaginación, que permitan reducir los limitantes de la actividad creadora en la resolución de problemas del entorno.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos Temáticos Homologados

1. La percepción y su impacto en la construcción de la realidad
2. Definición de creatividad
Candados y sus tipos.
4. Dinámicas individuales y grupales (juegos)

Evidencia de desempeño:

Elabora un proyecto de alternativas de solución a problemas o situaciones que afecten su sociedad con un alto grado de creatividad.

Bibliografía:

- Betancourt, J. (2001) Atmósferas creativas 2. Rompiendo candados mentales, Editorial El Manual Moderno, México
- Buzan, T. (1996) El libro de los mapas mentales, Editorial Urano, Barcelona.
- Svantesson, I. (2000) Mapas de aprendizaje y entrenamiento de la memoria, Panorama Editorial, México.
- Tabara, J. y Fernandez, F. (2002) Cómo generar ideas cuando se necesitan, Editorial Universidad de León, España.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Relaciones públicas Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Diseñar creativamente estrategias de relaciones públicas que favorezcan a la organización y beneficien la vida laboral de los individuos

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Definición y antecedentes de las Relaciones públicas
2. Relaciones Públicas para diferentes tipos de organización
 - Organizaciones Gubernamentales
 - Organizaciones no gubernamentales
 - Organismos de iniciativa privada
 - Otras organizaciones
3. Comunicación y Relaciones Públicas
4. Funciones en las Relaciones públicas

Evidencia de desempeño:

Realiza un plan de relaciones públicas para una organización gubernamental, no gubernamental o una organización de la iniciativa privada de la localidad donde habita

Bibliografía

Academia Nacional de Relaciones Públicas .A.C (1997), Relaciones públicas.

Edamex, México.

Rios Szalay, Jorge (2000) Relaciones públicas. Editorial trillas, México.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Fotografía a color Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Aplicar elementos expresivos de la teoría del color en la composición fotográfica para generar discursos en imágenes sobre algún aspecto de la realidad social con un alto grado de creatividad.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Teoría del color
2. Principios de diseño y sintaxis de la imagen en color
3. Tipos y formatos de película en color
4. Proceso de revelado y ampliación
5. La fotografía en color en los medios de comunicación
6. Planeación de un proyecto fotográfico

Evidencia de desempeño:

Elabora un dossier fotográfico donde se apliquen los elementos expresivos de color de manera creativa.

Bibliografía

Aumont, Jacques (1992): La imagen, Paidós, Barcelona.

Grey, Tim (2004): El color en la fotografía digital, Anaya multimedia-Anaya interactiva, España

Hedgecoem, Jhon (2001): El arte de la fotografía en color, Naturart Ed., Barcelona.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Fotografía digital Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Emplear creativamente los programas de manipulación de imágenes para su invención, retoque, copiado, selección y aplicación de efectos especiales con un sentido ético y crítico, teniendo en cuenta el impacto en la opinión pública.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	Fotografía

Contenidos

1. Teoría digital básica

¿Qué significa lo digital?

Pixel y Byte.

Resolución: Medidas de imagen.

Conversión de lo análogo a lo digital.

Formatos digitales

2. El equipo fotográfico digital y de cómputo básicos.

La infraestructura de microcomputadora mínima.

Programas de manipulación fotográfica: De lo simple a lo complicado.

Impresoras y papel para fotografía digital.

Escáner

Tarjetas de memoria y archivos.

Cámaras fotográficas digitales.

3. Manipulación de imágenes fotográficas digitales.

Adobe Photoshop 7.0

El área de trabajo de Photoshop 7.0

Trabajo con selecciones.

Retoque fotográfico.

Creación de efectos especiales.

Combinación de Illustrator y Photoshop.

Preparación de imágenes para publicaciones en web.

Impresión del color exacto.

Evidencia de desempeño:

Elabora un portafolio donde presente una restauración digital y el montaje de una obra fotográfica

Bibliografía

Gradias, Michael (1998): Estudio fotográfico digital. Editores Boixareu, España.

Kerckhove, Derrick de. (1999): La piel de la cultura digital, Editorial Gedisa, España.

Maldovino, Adriana (1999): Por la vereda digital. CONACULTA. Centro Nacional de las Artes, México.

Meyer, Pedro (1995): Verdades y Ficciones. Aperture Foundation, Inc., Italia.

Sánchez, Rebeca (trad.) (1999) Adobe Photoshop 6.0, Editorial Prentice Hal, México.

Zapett, Adriana (1998): Arte Digital. CONACULTA. Centro Nacional de la Artes, México.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Producción editorial Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Aplicar los elementos estructurales para elaborar con creatividad un proyecto editorial según las especificidades técnicas de los tipos de publicaciones periódicas y de la edición de libros

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Introducción a las publicaciones

Los ejes de las publicaciones: monografías, ensayos, artículos de revisión, artículos de divulgación, apuntes de clase, libro de texto, prontuario, tratado.

Las publicaciones periódicas.

Las publicaciones recapitulativas.

2. Preparación del texto por parte del autor

Las decisiones: título, objetivo, público, competencia, profundidad, extensión, vigencia, plazo, ilustraciones, bibliografía.

Principales problemas en la redacción del texto: orden de las ideas, solecismos.

Las características del texto: claridad, concisión, precisión.

La revisión final por parte del autor.

3. La organización editorial:

La división del trabajo para la producción editorial: la dirección, el consejo editorial, el comité editorial, el editor responsable.

Los árbitros editoriales. ¿Quién evalúa? ¿Qué se evalúa?

4. El proceso editorial

Contratación de una obra para su publicación.

Derechos de autor: Las figuras del autor, de los autores, de los colaboradores, los compiladores, el editor. El contrato de edición.

La corrección de estilo: el perfil del corrector, las etapas de la corrección.

Producción gráfica Tipos de impresión y encuadernación.

Evidencia de desempeño:

Elabora un proyecto editorial

Elabora un manual editorial

Elabora una maqueta (o dummy) para la impresión de una publicación.

Bibliografía

Lugo Peña, Enrique (1992). Preparación de originales para publicar. México: Editorial Trillas.

Reyes Coria, Bulmaro (1988). Metalibro. Manual del libro en la imprenta. México: UNAM.

Zavala, Lauro (1994). Laberintos de la palabra impresa. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco (Cuadernos del Ticor).

Zavala Ruiz, Roberto (1995). El libro y sus orillas: tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y pruebas. México: UNAM. 3^a ed.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Guionismo en medios audiovisuales Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Elaborar guiones en diferentes géneros para la producción en medios audiovisuales, identificando sus características narrativas, con el fin de transmitir un mensaje claro según el tipo de público identificado

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisitos
Clave	02		02		02	06	

Contenidos

1. El guión
 - Concepto, tipos de guión
 - Cómo analizar un guión
2. Géneros
 - Educativo
 - Informativo
 - Publicitario
 - Entretenimiento
3. Elaboración del guión para radio y televisión.
 - Selección del tema, objetivos y alcance del proyecto
 - Guión radiofónico
 - Guión televisivo
 - Posibilidades creativas y responsabilidad del trabajo en equipo.

Evidencia de desempeño:

Elabora guiones de radio, video, televisión y cine

Bibliografía

Field, Syd (1984): The Screen Writer's Workbook, DTP, USA.

Hiller, Robert (2000): Guionismo para radio, televisión u nuevos medios, Internacional Thomson Editores, México.

Howard Lawson, John (1986): Teoría y técnica del guión cinematográfico, México, CUEC-UNAM.

Nichols, Bill, (1997): La representación de la realidad, Paidós, Barcelona.

Cervantes, Cristina (1997) Guión para medios audiovisuales. Alambra Mexicana, México.

Linares, Marco Julio (1997): El guión, estilos y formatos. Alambra Mexicana, México.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Cine Documental Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Analizar el desarrollo del cine documental desde sus orígenes hasta nuestros días para realizar un discurso en formato de video que refleje las relaciones humanas en el contexto de la frontera con sentido de compromiso.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Orígenes del cine documental
 - De Marey a Lumiere
 - El cine documental y la Revolución mexicana.
 - Aportaciones de Flaherty y Vertov.
 - Modalidades documentales de representación.
2. El guión documental.
 - Investigación del tema y medios técnicos y financieros.
 - Narración de historia con pruebas y argumentaciones.
 - Estructura del guión: de rodaje y de montaje.
 - El sonido.
3. La realización cinematográfica.
 - Funciones en un equipo de cine documental.
 - El lenguaje cinematográfico.
 - Criterios de producción.
 - Etapas de realización.
4. Elementos para el análisis del film documental.
 - Corriente documentalista mexicana.
 - Documental y mundo histórico.
 - Escenarios futuros del documental.

Evidencia de desempeño:

Investiga sobre un tema de su entorno social para hacer un documental.

Elabora un guión de cine documental a partir de la investigación realizada.

Realiza un video (cine documental) sobre el guión proyectado.

Bibliografía

Gubert, Román (1997): Historia del cine, Barcelona, Lumen.

Howard L., John (1986): Teoría y técnica del guión cinematográfico, México, UNAM.

Nichols, Bill (1997) La representación de la realidad, Barcelona, Paidós.

Rovirosa, José (1992) Miradas a la realidad, México, UNAM.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Literatura y cine Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Analizar narraciones cinematográficas y literarias comparando sus lenguajes específicos para adaptar una obra literaria elaborando productos audiovisuales que contribuyan a la expresión de la sensibilidad del participante.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisitos
Clave	02		02		02	06	

Contenidos

1. De la literatura al cine.
 - Adaptaciones novelísticas y teatrales.
 - La transposición y sus problemas.
 - Cine y relato.
 - Géneros cinematográficos.
2. El guión cinematográfico.
 - Estructura del film.
 - La banda sonora.
 - La composición cinematográfica.
 - Creación del personaje.
3. La realización cinematográfica.
 - Lenguaje literario y lenguaje cinematográfico.
 - Película, cámara y sonido.
 - Teorías del montaje.
 - Etapas en la realización de películas argumentales.
4. Elementos del análisis literario y cinematográfico.
 - El análisis cinematográfico en el aula.
 - El suspenso narrativo: del cuento policiaco al cine contemporáneo.
 - Estrategias intertextuales.
 - Escenarios para el futuro de la investigación cinematográfica.

Evidencia de desempeño:

Realiza la adaptación de una obra literaria al cine.

Elabora un guión cinematográfico a partir de la obra adaptada.

Realiza un video sobre el guión elaborado.

Bibliografía

Pajares, Eterio, et. al. (2000): Literatura, cine, traducción, España, Universidad del País Vasco.

Pujals, Gema (coord.) (2001): Cine y literatura, Barcelona, Ice-Horsari.

Sánchez Noriega, José Luis (1995): De la literatura al cine, Barcelona, Paidós.

Wolf, Sergio (2001) Cine/literatura, ritos de pasaje, Buenos Aires, Paidós.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Periodismo impreso Período Optativa Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Analizar rigurosamente las características y posibilidades de los medios impresos con el fin de diseñar creativamente productos informativos impresos que transmitan información veraz y de interés público

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	Periodismo

Contenidos

1. El diario y sus características
 - Partes del diario
 - Construcción de la noticia
 - Cómo funciona una revista.
2. La revista y sus características
 - Partes de la revista
 - Construcción de la información
 - Como funciona una revista
2. Otros medios informativos impresos
3. Las tecnologías de la información impresa
 - Impacto de las nuevas tecnologías en el periodismo impreso

Evidencia de desempeño:

Elabora un producto impreso (revista, periódico) donde presente, según las características del medio, información de actualidad sobre acontecimientos locales, regionales, nacionales e internacionales.

Bibliografía

Armentia Vizuete, J.I y Caminos Marcet, J.M.: Fundamentos de periodismo impreso. Ariel, Barcelona, 2002.

Del Río Reynaga Julio (1992), Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, México: Editorial Diana.

Leñero, Vicente y Carlos Marín (1986), Manual de periodismo, México: Grijalbo.

Martínez Albertos, José Luis (1983), Curso general de redacción periodística, Barcelona, España: Mitre.

Will George (1990), La página editorial, España: Gernika.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Periodismo televisivo

Período Optativa

Etapa Disciplinaria

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Aplicar, críticamente, la teoría y la práctica del periodismo televisivo para un ejercicio periodístico en medios de comunicación con valores y criterios éticos y con compromiso social.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	Periodismo

Contenidos

1. Géneros periodísticos en televisión

- Nota informativa
- Entrevista
- Crónica (reportaje gráfico)
- Artículo
- Editorial
- Reportaje

2. Planeación del periodismo televisivo

- Jefes de información y redacción
- Mesa de asignaciones
- Reporteros
- Corresponsalías y enviados especiales
- Comunicación Social

3. Formatos periodísticos en televisión

- Noticiero
- Mesa redonda
- Debate
- Revista
- Documental

4. La realización y producción de un noticiero televisivo

- El Guión literario y guión técnico
- Tipos de cámara y cinta de video
- Edición lineal
- Edición no lineal
- Realización

Evidencia de desempeño:

Realizar un noticiario en formato televisivo donde aplique los conocimientos técnicos y periodísticos sobre un tema de actualidad en su sociedad.

Bibliografía

González Treviño, Jorge E. (1994): Televisión y comunicación, un enfoque teórico

Práctico, Editorial Alhambra, México.

Maza Pérez, Maximiliano y Cervantes de Collado, Cristina (1994): Guión para medios audiovisuales, cine, radio y televisión, Editorial

Alambra, México.

Linares, Marco Julio (1994): El guión. elementos, formatos, estructura, Editorial Alambra, México.

Leñero, Vicente y Marín, Carlos (1986): Manual de periodismo. Editorial Grijalbo, México.

Del Río Reynaga Julio (1992), Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, México, Editorial Diana.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Periodismo radiofónico Período Optativa Terminal

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Aplicar, críticamente, la teoría y la práctica del periodismo radiofónico para un ejercicio periodístico con valores y criterios éticos y con compromiso social.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Géneros periodísticos en radio
2. Planeación del periodismo radiofónico
 - Jefes de información y redacción
 - Mesa de asignaciones
 - Reporteros
 - Corresponsalías y enviados especiales
 - Comunicación Social
3. Formatos periodísticos en radio
 - Noticiero
 - Mesa redonda
 - Debate
 - Revista
 - Documental
4. La realización y producción de un noticiero radiofónico
 - El Guión literario y guión técnico
 - Edición lineal
 - Edición no lineal
 - Realización

Evidencia de desempeño:

Realizar un noticiero en formato radiofónico donde aplique los conocimientos técnico sobre un tema de actualidad

Bibliografía:

- Muñoz, José Javier y César Gil (1997): La radio: teoría y práctica. Instituto Oficial de Radio televisión Española, España.
- Shulberg, Bob (1994): Publicidad radiofónica, Mc. Graw-Hill, Colombia.
- Maza Pérez, Maximiliano y Cervantes de Collado, Cristina (1994): Guión para medios audiovisuales, cine, radio y televisión. Editorial Alambra, México.
- Del Río Reynaga, Julio (1992): Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, Editorial Diana, México.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Crónica urbana Período Optativa (Etapa Disciplinaria)

Área de conocimiento Medios y tecnologías de producción de información y comunicación

Competencia

Analizar la crónica como género periodístico siguiendo principios teórico prácticos para la elaboración de textos que reflejen la vida cotidiana de los estratos populares y la cultura de las capas medias urbanas en el contexto de la globalización.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisitos
Clave	02		02		02	06	

Contenidos

1. Análisis diferencial de la crónica.
Estilo, forma, sentido y significación
Temas, propósitos y técnicas de la crónica
2. Clases de crónica.
Informativa y literaria
Doctrinal, artística y biográfica
Deportiva, de arte y de espectáculos
Crónica y croniquilla
3. La crónica y los efectos de la globalización
Vida cotidiana y festiva de los estratos populares
Rituales y gustos de los sectores populares urbanos
La cultura juvenil
4. El ciberespacio y la crónica
La crónica en la radio
La crónica y la televisión digital
La crónica en la Red

Evidencia de desempeño:

Realiza investigaciones sobre temas actuales en la vida de la ciudad.
Elabora crónicas a partir de sus investigaciones para la prensa escrita y los medios audiovisuales.

Bibliografía

Bandrás, Elena, et al, (2000): El periodismo en la televisión digital, Paidós, Barcelona.

Monsiváis, Carlos (1978): A ustedes les consta, Era, México.

Reguillo, Rossana (1991): En la calle otra vez, ITESO, Guadalajara.

Valenzuela, José M. (1988): ¡A la brava ése!, COLEF, México.

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Semántica

Período Optativa Etapa
Disciplinaria

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Analizar críticamente las relaciones de sentido entre los elementos oracionales por medio de ejemplos pertinentes para la toma de conciencia de los sistemas de significación de la lengua.

Distribución

HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisitos
02		02		02	06	

Clave

Contenidos

1. Definición de semántica
Definición de semántica estructuralista, generativa y cognoscitiva
2. Formación del significado
Percepción sensorial – conceptualización – significado lingüístico
Triángulo del significado
3. Relaciones de sentido
Denotación y connotación
Sinonimia, oposición, hiponimia
4. Combinatoria semántica
Homonimia
Polisemia léxica y gramatical

Evidencia de desempeño:

1. Campo semántico extenso con comparación de semas relevantes
2. Evaluación sobre fundamentos de la escuela estructuralista.
3. Trabajo de investigación: comparar la terminología de acuerdo con la hiponimia en un texto de difusión y un texto científico con el mismo tema

Bibliografía

Baylon, C. y Paul Fabre (1994): Semántica. Ed. Paidós, Barcelona.
Lyons, John (1997): Semántica lingüística. Ed. Paidós, Barcelona.

ETAPA TERMINAL

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Diseño y gestión de proyectos Período Séptimo

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Elaborar proyectos de manera clara y coherente mediante la construcción y la apropiación de conocimientos, herramientas y orientaciones, con el fin de contribuir al desarrollo social.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2			6	2	10	

Contenidos

1. El diagnóstico como punto de partida
2. Conocimientos y distintos enfoques en la elaboración de proyectos de comunicación
3. Instrumentos y técnicas para el desarrollo de proyectos
4. Bases para operar y dar seguimiento a proyectos

Evidencia de desempeño:

Elabora un proyecto de comunicación en formato escrito y visual, siguiendo la metodología adecuada para ello.

Bibliografía

- Ackoff, Russell, Rediseñando el futuro, Ed., Limusa, Méx., 1999
- Baca Urina, C., Evaluación de Proyectos, Analisis y Administración del Riesgo, Ed. Mc Graw Hill, Méx., 2001
- BID/FUNDACIÓN Getulio Vargas, Proyectos de desarrollo, planificación implementación y control, 5 vols., Ed., Limusa, Méx., 1984
- Coss Bu, R., Analisis y Evaluación de Proyectos de Inversión, Ed. LIMUSA, Méx. 1995
- Ahumada, Jorge, La planificación del desarrollo, ICIRA, Santiago, 1998

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Discurso Sonoro Período Séptimo

Área de conocimiento Lenguaje y Discurso

Competencia

Distinguir críticamente los elementos teóricos y prácticos en la concepción del montaje acústico para la lectura y creación de diferentes mensajes sonoros.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	3		3		3	9	

Contenidos

1. Lenguaje Sonoro
2. La creación de la imagen radiofónica
 - Iconicidad/abstracción
 - Simplicidad/complejidad
 - Redundancia/originalidad
3. Elementos – temporales
 - Espacio sonoro
 - Tiempo sonoro
 - Montaje sonoro
 - Elementos de puntuación
 - Tipos de montaje sonoro
 - Mensajes sonoros
 - Tipos de mensajes sonoros
 - Planeación y realización de mensajes sonoros.

Evidencia de desempeño:

Realizar prácticas de producción de distintos tipos de mensajes sonoros: radioarte, radiodrama, banda sonora, documental sonoro, película sonora según los tipos de públicos y las necesidades a atender.

Bibliografía

- Arnheim, R. (1980). Estética radiofónica. Gustavo Gili Ed, Barcelona.
- Chion, M. (1999). El sonido. Paidós Comunicación, Barcelona.
- Camacho, Lidia.(1999) La imagen radiofónica. Mc. Graw-Hill Interamericana Editores, 1a. Ed. México.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Multimedia Período Disciplinario

Área de conocimiento Lenguaje y Discurso

Competencia

Emplear con destreza la tecnología multimedia para proponer un discurso audiovisual alternativo que coadyuve a la comunicación social y aporte contenidos a la comunidad.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	1		3		1	5	Televisión, Radio y Fotografía.

Contenidos

1. Concepto y objetivos de la multimedia.
2. Los medios, la tecnología y los formatos.
3. Perfiles del usuario.
4. Manipulación digital de la imagen, el audio y el video.
5. Dinámica de la producción en multimedia.
6. Lineamientos básicos en el proceso de producción

Evidencia de desempeño:

Produce un mensaje en tecnología multimedia, seleccionando contenidos y considerando el público al cual va dirigido; así como los recursos existentes.

Bibliografía

- Calvo Fernández, S. / Reinares Lara, P. (2001). Comunicación en Internet: Estrategias de márketing y comunicación interactiva. Ed. Paraninfo.
- Nielsen, Jakob (2000). Usabilidad: diseño de sitios web. Ed. Alhambra-Longman.
- Orihuela, J. L. / Santos, M. L. (1999). Introducción al diseño digital. Concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva. Ed. Anaya
- Multimedia
- Veen, Jeffrey (2001). Arte y ciencia del diseño web. Editorial Alhambra-Longman

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Discurso Multimedia Período Octavo

Área de conocimiento Lenguaje y Discurso

Competencia

Analizar los postulados conceptuales del discurso multimedia para diseñar, a través de este recurso tecnológico, proyectos de difusión del saber científico de diferentes áreas del conocimiento, integrando equipo multidisciplinarios.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	3		3		3	9	Multimedia

Contenidos

1. Conceptos fundamentales:
 - Multimedia
 - Hipertexto
 - Hipermedio
2. Análisis y crítica de discurso multimedia.
 - La programación avanzada.
3. La multimedia dirigida a la investigación.
4. Periodismo on-line

Evidencia de desempeño:

Un proyectos multimedia cumpliendo con los lineamientos estéticos de valor uso y logística.

Bibliografía

- Bou Bauzá, Guillem, Guión multimedia, Anaya Multimedia, Madrid, 2003
- Davis, Jack, y Merrit, Susan, Diseño de páginas web. Soluciones creativas para la comunicación en pantalla, Anaya Multimedia, Madrid, 1999.
- Ferrés, Joan y Marqués, Pere (Coord.)(1996). Comunicación Educativa y Nuevas Tecnologías. Barcelona: Praxis
- Landow, George. (1995). Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona, Piados

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Periodismo cultural Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Analizar críticamente la temática del periodismo cultural para redactar textos escritos y audiovisuales de manera responsable que informen y cultiven la sensibilidad de los lectores.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	Periodismo

Contenidos

1. Objetivos de la prensa cultural.
La realidad social y el periodista.
El archivo y su importancia.
2. Captación y tratamiento del tema noticioso.
Lenguaje periodístico en prensa y en radio.
Crónica, reportaje, entrevista y semblanza.
3. Cultura y expresiones culturales.
Periodismo cultural en México y en Baja California.
Suplementos y revistas culturales del país.
Periodismo y literatura.
4. La crítica y la reseña en el periodismo cultural.
Crítica de cine, teatro y música.
Escritores, periodistas y mercado.
Tecnologías mediáticas y periodismo cultural.

Evidencia de desempeño:

Reportes de investigaciones sobre actividades artística de la comunidad.

Reseñas, artículos, reportajes, entrevistas y crónicas para la prensa y los medios audiovisuales.

Bibliografía

Leñero, Vicente, Manual del periodismo, México, Grijalbo, 1986.

Monsiváis, Carlos, A ustedes les consta, México, Era, 1982.

Olivares Torres, Gabriela, La pluma y el lapicero, México, CONACULTA, 1998.

Rivera, Jorge, El periodismo cultural, Barcelona, Paidós, 1995.

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Análisis del Discurso Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Lenguaje y discurso

Competencia

Diferenciar las diversas realizaciones estructurales del discurso y su relación con los fenómenos sicosocioculturales que le circunscriben a través del análisis crítico de textos para la toma de conciencia de la naturaleza interactiva del fenómeno discursivo.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisitos
Clave	02		02		02	06	

Contenidos

1. Tipologías discursivas
 - 1.1 Niveles estructurales del discurso
 - 1.2 Niveles de análisis del discurso
2. Relaciones lingüísticas del texto
 - 2.1 Criterios de textualidad
 - 2.2 Realizaciones lingüísticas de la estructura informacional
3. Aspectos extralingüísticos del discurso
 - 3.1 Texto y contexto
 - 3.2 Intención y discurso
4. Metodología de análisis del discurso
 - 4.1. Aproximación etnográfica
 - 4.2 Aproximación sociolingüística

Evidencia de desempeño:

Análisis descriptivo de los distintos niveles estructurales de textos de diversas fuentes.

Análisis de la coherencia y cohesión de textos de diversas fuentes.

Análisis valorativo del contexto del discurso.

Bibliografía

Renkema, J. Introducción a los estudios sobre el discurso. Ed. Gedisa. Barcelona. 2000.

Van Dijk, t. Estructura y funciones del discurso. Ed. S. XXI. México. 2000.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Sociología de las organizaciones Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Administración y gestión de la comunicación

Competencia

Analizar los aspectos sociológicos que interfieren en las dinámicas de organizaciones sociales para relacionarlos con los problemas y situaciones comunicativas

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Organización y sociedad
2. Sujeto y organización
3. Cultura y organización
4. Clima y comportamiento organizacional

Evidencia de desempeño:

Elabora un informe presentando de manera descriptiva los resultados de un estudio de caso sobre la relación entre cultura, organización, sociedad e individuo.

Bibliografía

Mayntz, R. (1990). Sociología de la organización. Madrid, Alianza
Robbins, SP. (1999) Comportamiento organizacional. México, Prentice Hall
Hall, Richard. Organizaciones, estructura y procesos.

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Estrategias de comunicación pública Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Diseñar estrategias de comunicación pública analizando los rasgos más relevantes de los procesos de comunicación en el escenario internacional, nacional, regional y local para identificar sus potencialidades, alcances y limitaciones.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Teoría de las instituciones y del espacio público
 - Los actores y los escenarios
 - Espacio público y visibilidad
2. Comunicación pública y medios de comunicación
 - Fundamentos de la comunicación pública
 - Visión y planeación estratégica
3. Observatorio de la comunicación pública
 - Organización de la información
 - Análisis de agenda y recursos
4. Diseño y desarrollo de acciones estratégicas en comunicación
 - Misión, visión, objetivos y posiciones
 - Etapas y objetivos tácticos
 - Puntos vulnerables, limitaciones y obstáculos

Evidencia de desempeño:

Genera proyectos de intervención que contengan objetivos, estrategias y metas concretas, mediante el análisis de estrategias de comunicación realizadas a instituciones públicas y que solucionen problemas específicos y/o mejorar procesos comunicativos utilizando diversos recursos tecnológicos y discursivos

Gauthier, Gilles; Gossellin, André; Mouchon, Jean (1998): Comunicación y política. Barcelona. Editorial Gedisa

Price, Vincent (1995): La opinión pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona, Paidós.

Reardon, Kathleen (1991): La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto. Barcelona, Paidós.

Wiel, Pascale (1992): La comunicación global. Barcelona, Paidós

7. Descripción genérica de los contenidos

Materia Seminario de investigación en medios masivos de comunicación Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Investigación

Competencia

Relacionar métodos y estrategias de investigación mediante el diseño-estructuración de proyectos ubicados en los medios, oferta de contenido y públicos que permitan generar conocimiento e información en la toma de decisiones dentro y fuera de los medios masivos de comunicación

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. La investigación en comunicación en medios masivos
 - Los imperativos de investigar el fenómeno mediático
 - La investigación de los medios, mensajes y recepción
2. Corrientes y modelos de estudio en México
 - Los efectos de los medios
 - Usos y gratificaciones
 - Agenda setting
 - Análisis de contenido
3. Técnicas y métodos utilizados en los estudios de los medios
 - Ambito académico y ámbito privado de investigación
 - Encuesta, focus group y entrevistas semidirigidas

Evidencia de desempeño:

Realiza un estudio de caso sobre los medios, mensajes y/o públicos ubicados en el contexto local, regional o fronterizo considerando un esquema teórico pertinente para su explicación.

Galindo, Jesús (1998) (comp.): Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México. Addison Wesley Longman.

García Canclini, Néstor (Coord.) (1993): El consumo cultural en México. México: Grijalbo

Jensen, Klaus y Jankowski, N. (eds.) (1991): A handbook of qualitative methodologies for mass communication research. New York: Routledge.

Orozco, Guillermo (1997): Investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Argentina: Universidad Nacional de La Plata/Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario A. C.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Modelos de intervención social Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Analizar los modelos y enfoques teóricos de la intervención para aplicar los más pertinentes a la problemática social.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Comunicación y mercadotecnia social: debates conceptuales
2. El aporte de la comunicación en la intervención social
 - Concepto de intervención social
 - Tipos de intervención
 - El objeto de la intervención
 - La finalidad de la intervención
3. Modelos de intervención
 - Modelos sociológicos
 - Modelo psicológicos
 - Modelo centrado en la resolución del problema
 - Modelo de roles
 - Intervención en crisis
4. Estrategias de comunicación en Marketing político
5. Diseño de proyectos de marketing social o bien público

Evidencia de desempeño:

Elabora una estrategia de comunicación donde se promueva el bien público y social de la comunidad a la cual pertenece.

Bibliografía

- Gracia Fuster, E. (1998) El apoyo social en la intervención comunitaria, Barcelona, Paidós.
- Picazo, M. Luis y Evadista, L. Gabriel. (1993). Comunicación Estratégica (Para Crear, Fortalecer y Posicionar la Imagen Corporativa). Mc. Graw Hill: México,.
- Kotler, Philip y Eduardo L. Roberto, Mercadotecnia social, México: Diana

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Taller de imagen corporativa Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Diseñar de manera creativa un plan de creación o mejora de la imagen visual de corporativa donde aplique los conocimientos teórico-prácticos de la identificación una organización.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. La identidad vs la imagen
2. La estrategia de imagen la identidad corporativa
 - Elementos constitutivos
 - Evaluación
 - Análisis
3. La personalidad corporativa
 - La imagen corporativa
 - Configuración y diseño de la personalidad corporativa
4. Elaboración del manual de imagen corporative
 - Elementos y alcances

Evidencia de desempeño:

Elabora el manual de imagen corporativa de una organización pública o privada aplicando los conocimiento teóricos y prácticos de la identidad corporativa.

Bibliografía

- Costa, Joan (1993) Identidad Corporativa. Editorial Trillas, México.
Moles, Abraham (1993) La imagen. Editorial Trillas, México.
Olins, Wally (1991) Identidad corporative, Celeste ediciones, Madrid.
Aaker, (1996) Construir marcas poderosas, Barcelona.

7. Descripción genérica de los contenidos.

Materia Liderazgo en comunicación Período Optativa Etapa Terminal

Área de conocimiento Gestión de la comunicación

Competencia

Identificación de los estilos de liderazgo en las organizaciones sociales con el fin de aplicar un modelo a realidades específicas.

Distribución	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	Requisito
Clave	2		2		2	6	

Contenidos

1. Definición y características del liderazgo
2. Liderazgo y comunicación
3. Teorías del liderazgo
 - Teoría de los Rasgos de la Personalidad.
 - Teoría del Comportamiento Personal
 - Gama o Continuo del Liderazgo
 - Autocracia Benévola
 - Líderes que se Concentran en el Trabajo
 - Líderes que se concentran en los Empleados
 - Teoría Bidimensional
 - Teoría de la Rejilla Administrativa
 - Teoría Situacional
4. Tipos o estilos de liderazgo

Evidencia de desempeño:

Elabora un reporte descriptivo en diferentes formatos sobre un estudio de caso dentro de una organización donde relaciones los estilos de liderazgo identificados.

Bibliografía

Steven L. Ogne y Thomas P. Nebel, (1999) Capacitando a líderes. Manual para entrenadores, Libros Desafío, Michigan.

Maxwell, John C (1996) Desarrolle el líder que esta en usted, Editorial Caribe Nashville, Tennessee.

Miller, Calvin (1999) El líder con poder. Diez claves del liderazgo de servicio, Editorial Mundo Hispano, Texas

ANEXOS

Anexo 1

Seminario “Competencias en Comunicación” con el Dr. Raúl Fuentes Navarro

Días: Lunes 6 y martes 7 de Septiembre de 2004.

Hora: de 9:00 a 13:00 horas.

Lugar: Salón de clases del taller de radio

Asistentes:

Dr. Mario Manríquez

Lic. Grisell García

Mtro. Héctor Jaime Macías Rodríguez

Mtro. David González Hernández

Lic. Gerardo León Barrios

Mtra. Ángela Lucía Serrano Carrasco

LUNES 6 DE SEPTIEMBRE DE 2004

Sería realmente noticia que se pudiera contar con algún avance que fuera parcial como un examen de Ceneval para ciencias de la comunicación, sería noticia grande, ¿no? Entonces, el asunto es, tenemos un o estamos en un campo académico y profesional de interrogaciones, la interrogación es que sea uno, y más probablemente de lo que pasa son varios, como más preciso, ¿no? ¿Cuáles? Ya veremos ahí hay diferentes pero difícilmente estamos en esa área en donde hay factores previos que no están estructurados como para pensar en dar este paso.

Entonces competencias, sistemas de competencias para pensar programas de comunicación o modelos profesionales de comunicación es una pregunta muy abstracta, dónde están los modelos, los sustentos, aquí les tengo que contar una anécdota que me parece resume perfectamente la perplejidad, estábamos platicando de una situación exactamente como esta en Mazatlán en la UAM hace unos meses, entonces una profesora responsable de coordinar los procesos de transición curricular nos e si de toda la universidad o de un área, trabaja en Culiacán, fue a Mazatlán a participar en este taller. El problema de la carrera de comunicación es como uno de los más complicados en cualquier universidad, entonces me decía: ¿cuáles referencias sobre esta situación de las competencias en comunicación que yo he buscado por Internet y por todas partes, no encuentro nada o lo que encuentro no sirve para nada? Entonces yo le decía, sí yo no he buscado tanto pero igual el resultado es el mismo. Lo mejor que he encontrado en Internet es algo que esta haciendo una investigadora de la UNAM le dije sobre competencias comunicacionales, no pues ¿quién será? Es una maestra que se llama Marielena Chan. A ver, esperame, Marielena Chan es de la UdG, no de la UNAM, este y bueno yo conozco muy bien, está trabajando su tesis de doctorado si efectivamente en alguna medida el proyecto de Marielena de tesis de doctorado en educación tiene que ver con eso pero ella trabaja con sistemas de educación a distancia y entonces se ha puesto a trabajar con este tipo de búsqueda más heurísticas para ver por donde se pueden encontrar elementos para algo que todavía es más complejo que es ponerle una cierta base conceptual fuerte al aspecto educativo en sistemas de educación a distancia, eso es todavía más complicado. Si tenemos problemas fuertes para conceptualizar lo que tenemos que tenemos que hacer en sistemas presenciales para pensar en las relaciones por Internet, plataformas complicadas y si, entonces si, de acuerdo ahí puede haber unos aportes, yo he estado cerca del proceso en los últimos años en que Marielena ha estado enfrentado ese tipo de problemas y entonces sale ahí una siguiente cuestión como hebrita que podemos trabajar que es así a la mejor de repercusiones o de trabajo más teórico. Es esta cuestión del cruce de este concepto de definición laboral que viene de una lógica de organización del trabajo y codificación de operaciones o un modelo que viene de la lingüística, entonces esta relación entre competencias y desempeño, competencias y performance que viene de la lingüística estructural, nos es muy pertinente por la doble posibilidad de aterrizar lingüísticamente, sino comunicacionalmente que esta más cerca que la administración de operaciones laborales y que al formular para comunicación en esos términos y, acercarnos a una

dimensión más compleja de la práctica profesional que es la que incluye una dimensión de sentido de los sujetos, pero entonces ahí el agujero negro en ese terreno es más grande todavía porque yo no he podido acabar de cuadrar el supuesto de que el modelo lingüístico de la relación entre competencia y performance, desempeño digamos, sea extrapolable a relaciones que van más allá del intercambio lingüístico porque eso está en un modelo de lingüística no pragmática, no está concebido para trabajar con las prácticas de intercambio lingüístico, está concebido para trabajar en un plan. Entonces, las referencias que se pueden encontrar en la bibliografía más científica digamos por el lado lingüístico no acaban de ser tan utilizables o tan aplicables porque además son modelos en el campo de la lingüística y esta en debate también muy fuerte. Entonces qué hacemos, yo creo que hay un problema que no es ninguno de estos, estos son como convicciones generalmente del estado de la cuestión y bueno, con esto y más tenemos un punto de partida como para ver qué hacemos. Pero creo que realmente el problema que tenemos es la falta de conocimiento detallado y fino de qué es, qué son y cómo son las profesiones en comunicación, hay un desconocimiento agudo de las prácticas profesionales en comunicación, tanto en términos más conceptuales, como abstractos, como en términos empíricos de saber cuántos periodistas hacen qué, en dónde, cómo, desde cuándo, hacia dónde, articulados con qué, de qué, modelos operativos analizables empíricamente de prácticas profesionales en comunicación y ese creo que es el problema fundamental, no los otros, los otros son contextos conceptuales que se puede interactuar, negociar, adaptar, etc. Y el problema fundamental es que no sabemos casi nada sobre qué hacen los profesionales de la comunicación, entonces cuando uno se encuentra estudios como ese, que hacen un rastreo amplio me parece sólido de la estructura del mercado de trabajo profesional, especialmente analizado desde el lado de la oferta se supone que tenemos más elementos de conocimientos para saber de la demanda de empleo de los egresados de comunicación y la oferta de trabajo por parte de la estructura económica más general, más claro me queda el hueco de que no sabemos este elemento que se debe conectar ahí con esa dimensión estructural y empírica y análisis de tendencias y tendencias y prospectivas y demás. No sabemos qué es lo que un comunicador profesional de la comunicación puede hacer, como tipos diferentes para interactuar con ese mercado, con esos factores.

Si pudiéramos tener un avance, tratar de construir modelos de la operación profesional más genérica, más específica, más particular, ganaríamos mucho porque podríamos discutir algunas de las cuestiones cruciales, por ejemplo, qué significa la disociación entre la teoría y la práctica; significa nada, qué es la base de formación general y que es lo especializante para la formación profesional para el ejercicio de esto, para hacer proyectos sociales, políticos, educativos. Los problemas de siempre, los debates de siempre, cual es la identidad del comunicólogo. A mí me espanta mucho el que los últimos 25 años en lugar de haber avanzado algo en términos de poder concretar que significan esas preguntas que son lugares comunes, hemos retrocedido, tenemos menos claridad para saber cómo poner en discusión esas cosas, eso me parece verdaderamente catastrófico, entonces, si desde esa situación de déficit de campo, de recursos, autoconocimiento de campo, enfrentamos la pregunta o la obligación de formular competencias, el problema es fuerte porque se pueden cumplir las tareas, pero la distancia que hay entre esa formulación y un control mínimo de los procesos que están involucrados ahí, la distancia crece, por la pura inercia es una distancia grande de lo que decimos y lo que sucede porque no sabemos qué sucede. Nunca le hemos puesto suficiente atención a saber qué es lo que sucede, cómo ha ido evolucionando esta cuestión en términos de inventar una profesión y ponerla en funcionamiento social. Creo que ese sería un punto de partida fuerte muy concreto y la tarea es: Qué es lo que podemos hacer para estructurar un plan de estudio de la manera más coherentemente posible y segundo como darle un sentido más amplio y con mayor alcance al proyecto de formación universitaria para estas profesiones, pero yo le pondría mucho más énfasis a los ingredientes de la formación universitaria, no de la formación profesional, por una razón ideológica: el enfatizar la formación profesional, sobre la formación universitaria o académica, quita más todavía recursos o atención a las bases por las cuales la formación profesional se puede hacer en las universidades y entonces lo que va quedando de trabajo de formación intelectual, de discusión crítica, de análisis más amplio, de la realidad circundante, se hace cada vez más inútil porque no está conectada con los ejercicios profesionales, los

profesionales sobre una lógica y la universidad es otra, y aquella otra lógica burocrática por ponerle una mala palabra que la sintetice, también por supuesto se mete en la universidad, como si la universidad no fuera parte del mundo real, por supuesto que es parte del mundo real y por dentro se va convirtiendo en proyecto de la respuesta a las virtuales demandas del mercado trabajo, ¿Qué es eso, cuál mercado de trabajo?, entonces hay que inventar cual es el mercado de trabajo y se hace, porque la justificación se fue por allá totalmente.

El problema de no tener bases suficientes como para formular sistemas de competencias también es una posibilidad de apuntar a las zonas donde necesitaríamos poner más atención y mientras tanto ir las apuntando como hipotéticamente, por lo menos una definición más abstracta ver si por ahí hay algo. De regreso por ahí hay oportunidad de poner en el centro de la discusión las cuestiones de siempre se puede trabajar de una manera más fina con el lenguaje de modelos de competencias porque ahí puede quedar más claro, primer, hasta dónde puede llegar lógicamente, prácticamente los proceso de formación especializada y que un proceso de formación especializada no es lo mismo de formación parcializada, si es especialización tiene que se sobre una base más amplia hasta un cierto nivel.

Cosas como ¿qué es lo que deben saber de comunicación los profesionales de la comunicación? ¿Cómo construir aprendizajes significativos en estudiantes en sujetos que no tienen hipótesis y desarrolladas la capacidad, la competencia genérica de desdoblar lo que es la parte constitutiva social de la comunicación somos por definición sujetos hechos de comunicación? Y entonces cómo poner a los sujetos, estudiantes de comunicación, en la situación de desdoblar de eso que eso que los constituye como sujetos sociales y los formara como agentes profesionales, porque eso es otra cosa, no porque estamos hecho de lenguaje, estamos en la misma línea de desarrollo profesional.

Si el punto de partida es que los sujetos no tienen esa capacidad de relacionar en dos planos, el plano constitutivo de lo profesional y el lado operativo de lo profesional, esas competencias de la comunicación, entonces vamos a tener como parte del proceso una relación muy problemática que tiene que ver con esa decisión de la teoría y la práctica, qué es la practica, por un lado es la operación técnica, pero por otro lado es el reconocimiento de las condiciones, comunicación la cultura de las sociedades, de la cual forma parte el sujeto, no lo puede construir como un objeto separado hay digamos problemas epistemológicos bien fuertes que a lo mejor desde otras perspectivas no eran tan evidentes, pero desde una perspectiva de competencia se tiene que hacer porque si no se puede dar el mínimo contenido de esos sistemas de lo que es proceso de construcción progresiva, variada y flexible, negociable de habilidades, competencias, saberes; el modelo exige que vayamos formulando.

Por otro lado el reconocimiento de las operaciones de la comunicación, la cultura y la práctica. Hay problemas epistemológicos muy fuertes para entrar desde la perspectiva de competencia, de saberes, donde hay proceso de construcción perceptible. De la iniciativa, creatividad, liderazgo, etc. Que se trabaja bastante claro y reconocible. El problema de saber es importante, cómo reformulamos nuestros problemas de siempre en términos de ese lenguaje, como damos un paso para eso.

El problema de saber es interesante, cómo reformulamos nuestros problemas de siempre en términos de ese lenguaje de estos modelos y cómo damos un paso.

El mundo de las representaciones sobre lo que es estudiar comunicación que traen los estudiantes mantiene una parte los profesores, que son producto de ese mismo sistema, no han logrado hacer esa ruptura, esa apropiación en capacidades reflexivas con respecto a la comunicación como ejercicio profesional entonces, al interactuar con los estudiantes dificultan más que los estudiantes hagan esa ruptura y el problema se va reproduciendo.

Con lo que cambian los referentes se mueven de tal manera que cada vez hay menos tiempo para ver esa ruptura, para realizarla. Una hipótesis negativa que habría que hay que tratar de

refutar es que el proyecto socioprofesional de un comunicador con formación universitaria que pueda incidir en las estructuras, generación social de puntos simbólicos de sentido, se tiene que trabajar por otro lado y lo que queda como posibilidad de formación profesional es una cobertura posible de un nivel de incidencia. Veán la información en el poder, cosa que ya no es tan sostenible, el que tiene el poder, tiene la información, hay que verlo desde esa perspectiva. La incidencia de los profesionales en el entorno social es cada vez menor, el poder está menos asociado a los saberes profesionales.

Cual es el nivel de incidencia posible de los profesionales de la comunicación cada vez es más menor. Aparentemente se acerca al espacio donde se define el rumbo del mundo. Quien se apropia de las estructuras del poder social del poder, etc. no son los comunicadores ni mucho menos. El papel menor o mayor que tiene una profesión o un conjunto de profesiones como el periodismo, va dejando fuera al periodista. Crece la publicidad y decrecen los publicistas. Ese tipo de modelo paradójico es una hipótesis que se puede utilizar y no es como muy reconfortante plantearlo así porque suena como muy contradictorio, incoherente de tenerla urgencia de esos cambios y a pesar de eso me sigue ganando la tendencia de la gran trampa en la que se está cayendo y se resume en el hecho que difícilmente habrá un proyecto viable y valga la pena mantener en esta vía de información, había que ir pensando en otras alternativas, como en un modelo que ha ido trabajando, ha trabajado en tres proyectos fuertes, donde el último sucedió hace 25 años. En ese esquema hay que convertir energías para convertir por cuarta vez un proyecto de formación de comunicadores. Todos los años de trabajo han sido intensos, mientras más importante sea la comunicación más lejos estamos de entender y ubicarnos en eso.

Como último referente es el mito de los consejeros políticos, los que manejan los medios, los estrategas que mantiene a los presidentes poderosos, a Fox y a Bush y peores ejemplares, de veras los estrategas de comunicación pueden ser que sí, es bastante importante. Que es lo que hacen esos estrategas que manejan realmente el poder, ahí creen que están. Esa pregunta es importante, de que manera podrían hacer un curriculum por las situaciones éticas de ejercicio profesional. Desde hace años esos planteamientos éticos se han borrado y se han hecho más entre agentes industriales, donde la televisión se autorregule y nadie puede hacer nada. Ni los anunciantes siquiera. Ese es el modelo de la ética que se puede aplicar. Tenemos problemas muy gordos e inmediatos ahí, no son problemas que tengan una solución, pero hay que ponerlos en el horizonte y perspectiva, tratar de clarificar el sentido de la inserción social. Traer la capacidad y entender el mundo social y el entorno donde se vive, como objeto de discusión y proyectar el que sigue, cuáles son las tendencias por las que valdría sumarse, tratando de no caer en un fundamentalismo ideológico. Tampoco se pueden quedar estas discusiones en que todo da igual, donde en la posmodernidad todo da igual.

Es una bronca que puede dar buenos frutos. En el ITESO como puede suceder, salimos con una propuesta que cubre las demandas, la perspectiva de ir trabajando con más claridad unas opciones y dejar otras no prioritarias de otro lado y estar más atentos en saber lo que está pasando y tener más capacidad crítica para interpretar. Poner en relación una propuesta, una oferta de trabajo con tales tendencias reconocidas, con líneas de proyecto que son realizables. Un compromiso con los sujetos, con los profesores por una responsabilidad más compartida, y un compromiso con los estudiantes, algo hay que ofrecerles.

David: De estas comprensiones, donde tomar ciertas cosas para empezar un diseño de un plan de estudios, ¿de dónde partir?

Raúl:

1. Lo que hemos hecho nosotros mismos, cómo están, como se han desarrollado los profesionales, no para cerrar ahí, sino para ver de qué tamaño es la gama y que tan lejos es o llegar el horizonte. Visto por ellos, qué futuro tienen para el ejercicio de la profesión. Si eso sepárese o no a los de otros es lo de menos, porque ese es el referente que se tiene que trabajar desde aquí. No es lo mismo contar con una red de egresados que abarca ciertos sectores profesionales en sectores regionales. Dónde están ubicados.

2. Los profesores, tipos de profesores. Con qué alcances y supuestos enfrenta la cuestión de la formación profesional, qué quiere y puede.

Esas variables son muy fuertes, las posibilidades de trabajar en equipo cuestiones básicas de sentido y después compartir todas las experiencias. Hasta donde llega la visión de los profesores en cuanto a alcance. Suele haber profesores más cercanos con los estudiantes y hay mucha cercanía, otros no, más alejados. Pero más importante me parece cómo lanzar a los estudiantes hacia lo que va a hacer socioprofesional. Hay quien los acompaña, hay quienes lo empujan, lo importante es ver quién los empuja. Hacia donde van esos impulsos, hacia inserciones que pasar por la estructura del empleo, de la estructura de la iniciativa independiente. Una cosa es acompañar a los estudiantes a conseguir chamba y otra impulsarlos a conseguir cosas. Así se ha ido haciendo una cultura de formación o impulso profesional.

3. Cómo se pueden conseguir recursos, cómo se pueden acumular recursos. No sólo tener aulas y laboratorios, sino recursos más simbólicos más de contactos fuera de la universidad, de legitimidad e las propuestas, de apoyos hacia las iniciativas. En el ITESO se había caído en el aislamiento profesional, como si no existiéramos (de repente), el coordinador actual ni dijo nada, se puso a hacer contactos y hacer tales cosas... a estar presentes en esa vida amplia, desde lo más ocioso hasta lo más formal, como cosas políticas. Estar presentes y jala un hilo y amarrar un nudo, como un grupo, a veces dos profesores, figura representativa institucional. Estar presente en lo sociocultural regional, esos recursos son importantes porque resulta que existen cosas que a nadie se le ocurren.

Por qué no plantearse una situación y ponerla en un lugar, como con la vinculación de suicidio y medios. Estar en el momento social es muy importante. La universidad tiene esos recursos, de momento de aterrizaje, es muy importante. Contactos te ayudan a poner le base a la pregunta qué es lo que estamos haciendo y que podemos hacer.

Gerardo: Esta variable de los profesores, ¿va también más allá de la mera profesión? ¿Desde qué perspectiva? De los intereses profesionales de cada profesor se pone en juego.

Raúl: Muchísimo y mi apuesta general sería hacia la diversidad es decir a la búsqueda de complementariedad. Otra vez se vuelve a los estereotipos, los profesores prácticos y teóricos. Hay relaciones ya establecidas, no es gratis, de voluntad, pero es una asunto que conviene mucho ir construyendo el respeto mutuo por las opciones de desarrollo de todos, no nomás porque así se trabaja más a gusto si no porque les pone una trama de ejemplo a los estudiantes mucho más fuertes, jala más, abre las opciones, el asunto no es que tienes que escoger quién ser como fulano o ser como mengano, sino ser tú mismo y que puedas aprovechar a fulano o a mengano. No es tan fácil eso a veces porque las diferencias se polarizan y las representaciones de las diferencias se polarizan más, lo que ven los estudiantes es por aquí o por allá y los sujetos profesores que representan no están tan opuestos como parecen pero para los estudiantes es todo una, y si a los sujetos no les preocupa qué aparece ante los estudiantes, es un empobrecimiento de perspectiva terrible.

Cuando yo era estudiante a nosotros nos encantaba provocar a los profesores, a ver, porque no se ponen hace un proyecto juntos, eliges el modelo a seguir, cuando hay varios modelos a seguir, hay más riqueza de posibilidades, pero cuando los modelos son excluyentes entre sí entonces el riesgo de equivocarte siguiendo al modelo que no era, es mayor. Los procesos de formación y desarrollo, de apertura, de aprendizaje de los profesores que deben ir deseablemente, también conviene trabajar en un marco común. Cada quien tiene su proyecto pero, el espacio donde confluyen todos los proyectos diferentes es este, no es el espacio que es todo igual, es el espacio donde se pueden poner en común los referentes y entonces, los modelos a seguir no tienden a excluirse sino que puedes pasar de aquí, aprovechar de acá de una manera más amplia, nunca. Los profesores representamos modelos y a veces no nos damos cuenta de eso.

Gerardo: Va más allá de la mera profesión de los profesores, de actitud académica.

Raúl: Va todo junto. Yo soy doctor y estos escuincles que también les dan clases apenas sacaron su título de licenciatura, ni siquiera hicieron una tesis, entonces qué caso les vas a hacer a estos, 'ta bien, hacen su lucha pero no compares, todos somos iguales, pero unos somos más iguales que otros. Ese modelo, esa representación es doble, te vas con el presumido de... no es sólo el capital acumulado o representado sino cómo se pone en el mercado, creo que eso es clave, es de cultura que tiene que ser un proyecto explícito, compartido, reglas acordadas en común, una comunidad académica de comportamiento educativo, no es lo que se enseña, es el ejemplo que se pone, eso es importante.

Estructura institucional y profesional de los académicos es jerárquica y de acceso restringido, así es, aunque no debería ser. No confundamos la estructura burocrática es galopante que crece por ahí de eso es la estructura académica que es más rica que eso, y más complicada y más perversa, pero pasa por ahí; en un espacio académico, el no tener doctorado, no tener publicaciones, vínculos afuera, más lejanos posibles, etc. Van siendo condiciones más presentes. Se va excluyendo cada vez más a quien no cumple con eso. Pero no es en si ese sistema el que hay que reforzar sino a través de él qué se puede hacer, qué límites van quedando. Hay colegas que se quejan de la presión por publicar, lo que sea, yo creo que si es cierto pero se puede uno defender de esa maldición tratando de publicar algo más que lo que sea. Ahí esta la determinación burocrática cada vez mayor, pero no es escapable. Diversidad ante condiciones de homogenización, de reducción de tendencias diversificación, de ampliar el modelo y complicar que las oposiciones binarias se multipliquen, que haya cuatro, cinco posibilidades y que no haya dos eso se puede ver muy cotidianamente, no fácil pero sí cotidianamente

David: Esos tres puntos sirven para abrir brecha implican de entrada pensar en el comunicólogo a través del perfil, entiendo que por ahí va la discusión, como un regreso distinto...

Raúl: Sí con una condición, hay que repensar el perfil de una manera más aguda, pero también agregarle al perfil el conjunto de condiciones externas al perfil que van a determinar que el perfil sea realizable o no y en qué medida, las condiciones de posibilidades. Por ejemplo, problemas muy concretos y muy difíciles de solucionar, competencias del dominio del lenguaje, tienes que estar, pero dónde y hasta qué grado y cómo, una serie larga de muy relativamente fácil comparar con otras y desdoblar y de formular competencias del dominio del lenguaje que en los comunicadores es obvio y evidente que el nivel de desempeño en el dominio del lenguaje de los egresados de comunicación es lamentabilísimo. Hablamos muy mal en español y además esta la exigencia que debemos dominar el inglés, pero el español está desastroso el español hablado está mal, el escrito esta peor. Las de lectura y escucha están borradas, diagnostico catastrófico. Cómo podemos hacer cortos circuitos porque eso no se puede obviar y si un reforzamiento fuerte de ese tipo de competencias del lenguaje, cualquier otra que se ponga después va a estar cojeando.

¿Nos vamos a pasar 3 de los 4 años a los estudiantes enseñando ortografía? Ahí están los retos concretos, de dónde a dónde, cual es la proporción más razonable y que no podemos abordar, creo que el perfil hay un supuesto de condiciones, eso no se atiende directamente, pero indirectamente, sí. Saber cómo llegan los estudiantes promedio de prepa y cómo vamos a procesar esas cosas, la capacidad de trabajar en equipo, obviamente eso es algo que hay que aprender y que rara vez se aprende antes de la universidad, no hay atención a que aprendamos a elaborar o a discutir en equipo, la tendencia es individualizada. Y en la universidad eso mismo se refuerza pero si un ingrediente de los perfiles profesionales en comunicación insistentemente dice que una de las competencias indispensables es trabajar en equipo, interdisciplinariamente, ¿cómo cruzamos esa cuestión de generar competencias transversales en una historia comunicativa que va en sentido contrario y en un entorno que va en sentido contrario? La postura circundante es que sálvese quien pueda. Hay que ser capaces de competir y ganar en el mercado, desarrollar liderazgo, etc. Ahí entramos a las estrategias pedagógicas básicas y con

qué recursos vamos a atender algo que no cae dentro del modelo de una asignatura o dos porque no vas a poner una asignatura o dos de trabajo en equipo. Así se han hecho cosas peores que el trabajo en equipo.

Perfil, las habilidades, los conocimientos, las habilidades y la lista puede ser enorme, pero la técnica ortodoxa dice que el perfil del egresado tiene y el perfil de ingreso y tienes el punto de partida y punto de salida, cómo se procesa eso y cómo le pones requisitos de admisión, cómo los sujetos tienen que perfil de ingreso para ser sujetos del proceso y tener el perfil de egreso. Difícilmente porque la lógica no es tan lineal, y segundo porque la definición de esos perfiles nunca es tan precisa y porque si se precisa más entonces por ejemplo, exigimos como requisito de inscripción que los estudiantes tengan un dominio del español y por lo menos regular el inglés, que tenga desarrolladas la capacidad de trabajar en equipo, buscar información, etc. Que tengan una meta, un proyecto claro, etc. Y ahí comienza el proceso de formación universitaria, ahora cuántos estudiantes cumplen con ese perfil de egreso, ¿y los que no? ¿Dónde quedan? Afuera, y los que sí lo cumplen ¿van a ser suficientes para justificar el aparato?

Vamos a trabajar con los estudiantes que llegan, siguiente punto, vamos a ver cómo son esos estudiantes que llegan, tercer, vamos a ver qué se puede hacer con esa diversidad, no es ser malo, es que son diversos y desconocidos. Entonces los objetivos no pueden ser mecánicos ni tajantes. Hay estudiantes políglotas y otros analfabetos totales, ¿cómo vas a trabajar junto con ellos? Suponiendo que los profesores son capaces de interactuar trabajar porque los profesores son más fijos que los estudiantes. Cómo usar el recurso de la formulación del perfil, pero si conviene enfatizar algunas cuestiones que son prioritarias y fundamentales. Cuáles son esas, dependen del proyecto más amplio, qué es o que esta carrera, este programa, esta universidad va a ofrecer como características y repetirlo continuamente para que a los profesores no se les olvide ni a las autoridades, ni a los alumnos qué, aquí de lo que se trata es que los comunicadores tengan entre otros o principalmente sobre otras cosas este rasgo. En el TEC lo hacen muy bien, se imprime en la sangre de los sujetos que serán los líderes del mundo moderno y necesitan desarrollar su personalidad, dominar tecnología de otra manera, suele salir la gente serio en el TEC, lo hacen bastante bien. Si se cambiara la formulación se tendrían que revisar otras variables, no es que se fabriquen así los profesionales del TEC, sino que ya desde el ingreso es un proyecto definido que elige quien tiene esas características. En el mercado institucional, en 200 o 300 programas de licenciatura de comunicación en el país, hay un grado bajísimo de diferenciación en ese sentido, todas son iguales, hay una diferenciación mínima, ¿cuál es la característica distintiva de la UABC? Qué combinación de elementos se van a poner en discusión en el centro del proyecto.

Gerardo: Tratando de retomar esta parte introductoria y el cuestionamiento a todos estos factores multidimensionales, veo que es aparte por lo que has venido diciendo del campo profesional, estamos hablando de alguna manera de una refundación o un proyecto con una sola carga para el campo de la comunicación en general. Pero si de reformular muchos planteamientos de cómo se enseñan las materias teóricas, las prácticas y cómo se articulan ambas, el reajuste en un modelo y en un planteamiento de comunicación que estamos entendiendo por esto, estamos planteando lo que se entiende por comunicación en el mundo contemporáneo, hasta que los profesores entremos en esta sintonía en la práctica, un replanteamiento.

Raúl: De ida y vuelta, a los profesores hay que ayudarles a mover los esquemas, pero también en relación con lo que los profesores aportan, sino, es una disociación. A donde van a moverse los profesores, hay que cuestionar. Sistemáticamente todas las certezas que parecen vagas, el nombre genérico de la carrera, la carrera tiene 25 nombres diferentes pero el prototípico de ciencias de la comunicación, da para hacer eso, para que se pregunten cuáles son las ciencias de la comunicación, cuál es su estado, luego vemos cuáles son las relaciones entre ellas pero cuáles son. ¿La lingüística es una de las ciencias de la comunicación? No. Entonces ¿cómo trabajamos las variables del lenguaje sin lingüística...? Si se necesita la lingüística. Es el proceso

de cuestionamiento, historia, es parte o no parte de qué, de la formación en una escuela de Humanidades.

En la UAM Xochimilco es departamento de educación y comunicación. Hay psicología y ciencias de la comunicación. Lo ves desde afuera y dices... ay que curioso. La comunicación se estudia con una serie de sesgos muy curiosos hacia el discurso y la política y otras cosas, y dices dónde están soportados en la estructura.

Gerardo: Es una buena oportunidad para poder ligar o articular una formación teórica y disciplinaria, no tienen ligas es momento de empezar donde atar los cabos esta reformulación?

Raúl: Yo no sé, si ustedes saben qué significa esa distinción de áreas para los estudiantes, probablemente los estudiantes tienen pocos elementos de comparación de esa organización con otras, uno puede tenerlas, pero los estudiantes que transitan por ahí, cómo arman esa combinación del área de formación básica de humanidades y un área disciplinaria y luego áreas complementarias. ¿Cómo lo arman? La estructura curricular qué tanta claridad o dificultad representa en los estudiantes?

Gerardo: Trabajamos con una parte de alumnos que están en este plan de estudios, y uno de ellos es que no con esa claridad, pero si que ellos tienen que hacer un sobreesfuerzo para articular la teoría de la práctica, hace falta algo que logre vincular que los mismos maestros lo anuncien. Si lo perciben.

Raúl: Esa es una información valiosísima para readecuar lo que es estructura institucional que no se va a poder cambiar o que cuando cambien no nos va a preguntar... es independiente, como de otro nivel. Y las posibilidades que eso da como de apropiación y de aprovechamiento, para eso es, para que los estudiantes avancen cierto tipo de objetivos. Si eso sucede está bien, se llama de un modo o de otro esta administrado y organizado de cierto modo, sino, hay que encontrar maneras hacer cortos circuitos para que ciertas cosas sucedan aunque no estén presentes, cosas que son centrales por ejemplo, que los estudiantes aprendan, se acostumbren trabajar búsquedas de información, esas son las condiciones concretas, no son los límites del objetivo, entonces, cómo hacer que les dé hambre de búsqueda de información y a las 3, 4 o 5 tareas se van haciendo las competencias juntando lo que los estudiantes han desarrollado, la cultura de navegación totalmente independientemente de la escuela. Si se decodificara, sería un fracaso. Cómo integrar eso, en un desarrollo de habilidades de manejo de información. Y después ves esa información hábilmente manejada para qué sirve, con qué se come, etc. Como articulas eso, pero si no hay un espacio en donde sea posible que los estudiantes hagan el ejercicio, es que la cuestión de las competencias tiene la ventaja de que te remite muy directamente a las condiciones prácticas, que hagan el ejercicio y vayan dominando. Pero que sin eso son como posibilidades virtuales que no están. Digamos, eso es una manera de simplificar el asunto porque todas las posibilidades y recursos que ya hay que no se veían como tales. Hay una elaboración previa como de principios y una discusión más general, como esto qué quieres hacer como grupo, qué quieres hacer con respecto a teoría y práctica, a especialidad, a responsabilidad personal e identidad colectiva, con esos grandes ejes. Ya hay diferencias porque depende de a dónde quieres ir, cómo llegas de la manera más fácil.

1. En el ITESO tomamos algunas de esas decisiones de entrada, en términos de perfil del egresado el escenario es predominantemente gente que no va a tener empleo fijo con jubilación garantizada. Punto de partida, vamos a pensar en free-lancers, gente que se mueva como conejo que vaya de un lado a otro, eso tiene lados positivos, hay que movernos en ellos, ya no pensar en empleados.

2. Junto con eso, no podemos pensar ni en especialistas ni en no especialistas. Hay una combinación muy complicada de formación general prioritaria y como apertura a la especialización en abstracto porque esa figura profesional va a ir saltando de una especialidad a otra, y que se reespecializa de una parte a otra permanentemente. Cómo se hace la definición

básica para brincar de una especialidad a otra y ya la consecuencia es obvia, no habrá salidas externas.

3. No vamos a tratar de abarcar todo, vamos a tratar de abarcar prioritariamente mucho, ahí un recurso muy interesante que se inventó hace muchos años, De entrada, antes que los perfiles y todo, las condiciones, los contextos y eso cómo se concretan en algo que se llamó objetos socioprofesionales, condiciones estructurales de desempeño dónde hay espacios sociales para trabajar de qué manera. Eso fue la parte más difícil de la discusión porque no logramos pasar bien de la definición de 3 objetos socioprofesionales a uno, entonces, el supuesto técnico de las tres, a cada objeto socioprofesional corresponde un programa y cuando llegamos a 3 objetos socioprofesionales, había que hacer tres carreras, pero no cuadró, de los tres objetos se hizo una carrera.

David: ¿Esos tres sujetos socioprofesionales son los que me habías comentado?

Raúl: Esos son los ejes.

Gerardo: Y ¿cómo llegaron a ellos?

Raúl: Manejando elementos de diagnóstico en cuatro ámbitos, dimensiones:

1. Armándolos desde la sociedad de conocimiento, sociedad e información, hasta entrevistas con empleadores. Y acabas diciendo de qué sentido son empleadores. Con esos elementos. Se armaron con la idea de que fueran complementarios pero distintos. Bajo el supuesto que ciencias de la comunicación es muy general. Como cambiaron los integrantes de la comisión en ese punto, ya se trataba de hacer un planteamiento. Yo estuve en la segunda parte, en la primera estuvo Martín Barbero y ayudó a ponerle horizontes amplios, pero ya no participó en ahora cómo hacemos eso, sobre qué principios convertimos esto en una propuesta. Esos tres objetos socioprofesionales son una hipótesis, ahí excluimos varias figuras profesionales que algunas tienen representantes sobresalientes en los egresados empíricos, por ejemplo, los publicistas, por las razones que suceden, las que sean, hay un conjunto de publicistas egresados de comunicación del ITESO con una buena perspectiva profesional. Y decidimos que esa no era una salida del perfil, y otros. Y el de los artistas, destacado conjunto empírico y el razonamiento es este: hay que seguir analizando por qué nunca se pretendió formar publicistas y artistas y el resultado. Ni nunca se pretendió formar periodistas, y también hay un grupo que estos son profesionales destacados y a estos sí los incluimos porque hay una tendencia que reforzar o apostar por el desarrollo profesional de la publicidad no es pertinente, en cambio, por el periodismo sí es pertinente. Ahí le pones nombres y apellidos y alianzas. Ese avance de priorizar por distintas razones nos dejó un elemento de definición intermedio muy ambivalente, por eso definimos tres y sacamos una propuesta para atender a esos tres, habrá que evaluar eso más adelante.

Gerardo: ¿Que se forme en eso tres ejes?

En elementos de esos tres, como que le das la vuelta al proceso y lo agarras desde otro ángulo, originalmente los elementos eran cuatro y los convertimos en tres y de ahí fue usar esos esquemas para formular las competencias desde lo más genérico a los más específicos y poco a poco ir decidiendo qué se convertía en asignatura y qué no. Sobre los tres ejes quedó uno de ellos que cubre la mitad o más de los créditos, otro que cubre digamos el 35 por ciento y el otro 15, entonces quedaron de tamaños diferentes, pero para entonces fluía el asunto muy bien y pudimos centrarnos en decisiones terriblemente difíciles como los nombres de las asignaturas y logramos hacer que ningún nombre se repitiera con el plan de estudios vigente.

Ángela: ¿Cómo una estrategia?

Raúl: Como un intento de ayudar a romper las inercias, pero no íbamos a cambiar a los profesores. Por otro lado venia la intención de reducir asignaturas pero aumentar la carga. Pasar de ocho semestres a nueve semestres, una reducción del 30 por ciento de las asignaturas. Menos seriaciones y una cosa de la que estoy muy orgulloso, le dimos la vuelta al asunto de quitarnos el esquema de que tienes que empezar por curso de teoría de la comunicación o de metodología para que después se aplique. Hay un curso de teorías socioculturales de la comunicación en séptimo semestre y que cuando mis alumnos lleguen ahí tendrán elementos variados para que necesiten un modelo teórico que les ayude con eso, que entonces se trabajan cursos más de inductivo que deductivo, vamos a ver cómo funcionan. Los cursos entran por trabajar a partir de la experiencia de los estudiantes. Al principio hay trabajo de etnografía básica para que vayan, tomen fotos, huelan, y anotar etc., luego al cruzar sus observaciones, compararlas, ver que cada quien percibe un mundo diferente y que en esas diferencias hay un por qué y cómo se construyen esas diferencias.

Al siguiente semestre hay que trabajar sobre esa línea, métodos de análisis, ya que tienes observaciones ahora vamos a que meterle diente, y ese tipo de lógica. En algún momento llegas a necesitar un modelo teórico en el ámbito del discurso en torno de la construcción del sujeto, porque todo el negocio es construcción de sujetos. De eso estoy orgulloso, de haber podido insistir, yo que tengo 25 años de ser profesor de la materia de teoría de comunicación, proponer un curso al final de teoría de la comunicación. Les pido que consideren que dejen los espacios para esa asignatura. Les puedo platicar como quedó esa lógica, por qué se decidió así, está lleno de respuestas y circunstancias, hay unas cosas más sólidas que otras, hay discusiones que no terminaron de ser consenso y otras sí. No acabó de cerrarse la discusión si habría qué hacer una carrera o tres, o dos, quedó en una. Esto lo cerramos en mayo y ahora hay un grupito de maestros pensando en abrir otra carrera de producción audiovisual.

Ángela: Me interesa saber sobre la integración de tres perfiles en una carrera.

Raúl: No me acuerdo si 7 u 8 grupo de profesiones principales, lo cual es apretar mucho, yo creo que se pueden llegar a identificar como 150 perfiles asociados a las ciencias de la comunicación y sigue creciendo el número, pero se agrupó en 7 u 8. Pero se agruparon, se clasificaron esas tendencias, si estaban bien establecidas, sondeos, etc. Modelos que se hicieron prácticas recesivas o emergentes, si estaba creciendo, si tendrían más a incorporar hombres o mujeres y luego se sometieron a discusión a ver cuál parece más pertinente, cual queremos apoyar más. Más o menos de ahí fueron saliendo, se abstraieron algunos de estos rasgos para formar esos perfiles.

Un segundo es por el lado de la gestión de procesos organizacionales, ese tipo de elementos y el otro es producción de presentaciones, cuestión audiovisual, relación de campañas, que son bastantes típicos. De ahí, se deja un espacio para que quepa pero no se privilegia la publicidad, por ejemplo. Ahí la cuestión era a lo que llevaba este procedimiento una carrera de medios audiovisuales, una carrera de comunicación organizacional y una de periodismo y no estábamos en algo exótico, sino que estábamos en el centro de los estereotipos de los campos. Ahora, cómo trabajamos eso. La decisión fue: hagamos una, complicado, sigamos con una, no cambiemos a pesar que vamos con tres. No retrocedamos y clavamos a pensar la carrera de comunicación desde los fundamentos entonces sobre este punto de partida, que hay de los sujetos, del mundo audiovisual y de los otros y con eso ingredientes como darle forma curricular y marcar muy fuerte un cambio, una ruptura de las inercias desde le 95 pero el anterior plan a ese es del 81, si hay una diferencia entre el 81 y 95. Ahí había ese reto y ya está resuelto en términos de formulación, en términos de propuesta, nos quedó muy claro que no era una propuesta innovadora que lo innovador estaba sobretodo en la implementación pedagógica y no en el modelo profesional, que se trataba de volver a inventar de otra manera formar comunicadores de los ya conocidos, no de otros nuevos, no pudimos formular otro proyecto de otra cosa, en esos términos de perfil profesional al contrario, hasta tuvimos que reconocer como conservadores y retrógrados. Entonces vamos a tratar de innovar la manera de formarlo. Y llegar a esas pero grulladas qué difícil, cuanta discusión, cuanta desesperación generó porque

estamos ante una nueva oportunidad histórica y urge aprovecharla y no somos capaces de inventar otra cosa, queremos pero no podemos, así que seamos sensatos, así que busquemos la manera de hacer lo mejor y así regresemos hasta el principio y volvamos a pensar cómo puede ser, cómo debe ser un comunicador egresado del ITESO. Ahora sigue la parte complicada, que es hacerlo práctica cotidiana, operación escolar, que los sistemas de registro escolar, la administración de aulas no se puede mover como quisiéramos porque tiene su propia lógica, cambiar a los profesores, etc. Pero con una propuesta que tiene algunos elementos de novedad.

Héctor: Con algo tan difícil como lo son los profesores, ¿ustedes ya tienen una estrategia?

Raúl: En todo el proceso de revisión de planes de estudio, pues irlos informando a todos, como ahí va junto con un proceso institucional de nacionalización que genero una situación en la cual entre el 30 y 40 por ciento de profesores de asignatura sobraron, casualmente entonces había ahí un ambiente de inseguridad, pero pueden seguir tendiendo chamba o no. Hay que discutir esas cosas y modificarlas y la otra cuestión es que o están tomadas las decisiones previamente, sabemos que van a sobrar el 40 por ciento de los profesores de asignatura pero no sabemos quiénes. Y ese proceso sigue, no está resuelto.

Dr. Manríquez: Y con los que no sobran pero no quieren, ¿cuál es la estrategia? ¿A los que no es posible eliminar?

Raúl: Con los maestros de planta no habría problema, está planteado de otro modo, eso no fue problema, no ha sido problema. No por el cambio se generó otro problema, por ejemplo yo, soy tiempo completo y no doy clases en ese programa, par bien y para mal, hay quien me reclama qué derecho tengo de intervenir en la comisión y hacer estas cosas si yo no estoy comprometido con las tareas, pero hay otra manera de estar comprometido. Dando clases ya no estoy, si lo estuve.

Dr. Manríquez: ¿Pero tiene toda la estructura y principios estructurales y de ideología?

Raúl: Si, pero con los profesores de planta nos es un problema nuevo, el problema nuevo. El problema fue con los profesores de asignatura.

Héctor: Uno de los problemas es la diversidad de visiones que puede generar confusión. ¿Cómo afrontar eso? ¿Cómo garantizar que no se genere esa confusión? ¿Cómo tener la claridad sobretodo en carreras como estas que tenemos diversos perfiles?

Raúl: No hay manera de garantizarlo, hay reconocimiento de que hay que mantenerlo en pendiente como objeto de trabajo, que hay que estarlo entendiendo y más atrás de eso, ver si un cambio en la organización institucional puede tenerlo. Había una forma de articulación entre los maestros de asignatura, repartido por área y con profesores de planta, se llamaba las coordinaciones docentes, eso ya pasó a la historia, se buscó una manera de armar grupos académicos con proyectos de producción académica. Les llamaron núcleos temáticos, entonces es formar una especie informal de cuerpos académicos, entonces profesores de planta y de asignatura, los profesores de planta tenemos esa responsabilidad colectiva y otras, por ello los que trabajamos más en postgrado e investigación, esa es otra actividad de nuestro trabajo. Yo participo con otros cuatro maestros de planta y otros 10 maestros de asignatura con un núcleo de desarrollo sobre el eje de control de la información. Y entonces no estar claro como antes quien tenía la responsabilidad burocrática de coordinar. Ahora todos decidimos. Se trata de que los profesores de asignatura tengan más que un interlocutor personal, un espacio donde confluir, no depender de cuestiones formales, de curriculum, requisitos y de control administrativo, los puros espacios que define la asignatura, ese es el intento organizacional digamos, yo no tengo claro si va a funcionar bien o va a traer otros problemas por ejemplo ese que no haya responsabilidades asignadas personalmente.

Se hace el cambio y a la hora de modificar la situación, como cambió nominalmente todo, hay que volver a discutir en dónde tiene el espacio cada profesor de asignatura porque es otro, para todos, en algunos casos ha sido interesante porque han cambiado áreas por fin hay posibilidad de que participe en lo que siempre había querido, y hay gente para la cual es obvio que no tiene nada que hacer, y como no me interesa, me voy. Poco con ese juego, hay quienes le cae mejor a otros no. Pero si se mueve la forma de relación y para los profesores de asignatura que están alejados entre ellos, abre una posibilidad de tener más interlocución, más involucramiento complejo del departamento y de la carrera. Por ejemplo yo que no soy maestro de la licenciatura, tengo más oportunidades de interactuar con 8 profesores de asignatura, tengo más relación con ellos, ¿eso qué va a generar?, pues vamos a ver que efectos, que surge de ello. Los profesores de planta que somos 23 fue muy tranquilo el reacomodo, desde los que están centralmente avocados a trabajar en esto hasta los que tenemos marginalmente qué ver. Si sucedieron cosas que era inevitable que sucedieran, ya no hay ninguna materia que se llame fotografía. Ya no hay foto. La tragedia es que hay 7 excelentes profesores de fotografía, fotógrafos de exposiciones premiadas de fama internacional, de larga trayectoria docente, para los cuales no hay clases, 1 cuando muchos 2 se podrán reconvertir y encontrar espacios donde hay proyectos pero los otros no, entonces que hacemos con Mito Covarrubias, Humberto Muñiz, Rubén Orozco, bueno, bueno... no hay, no caben, ni modo. También hay áreas que sí quedaron donde no hay profesores de ese nivel, ahí vamos a tener que seguir haciendo esfuerzo por formar profesores, a ver si con zutano, con fulano a ver si compramos un o en el extranjero, el problema es ese. Sólo trabajamos en problema de diseño curricular

Dr. Manríquez: Es saludable cuando realmente esas decisiones se tomaron a partir de las entidades para la consolidación del perfil de egreso, eso nos orienta muy claramente a quiénes son responsables, te contrato por el grado de experiencia...

Raúl: Es inevitable, hay que hacerlo, pero no se puede dejar sin mover, revienta, tratar de hacer los cambio de fondo, mover las inercias institucionales es lo más difícil que hay, pero lo más que se pueda. Y tratar de argumentar que inevitablemente es un proceso que viene dirigido desde arriba, impuesto inevitablemente, pero del cual hay un espacio relativamente amplio en el cual uno puede participar. Invitar a los profesores. Es inevitable y es abierto. Se puede entrar hasta un cierto grado, si quieres aprovechar ese espacio, eres bienvenido, cambiar también esa costumbre, esa estructura de que cada quien en su lugar, mover un poquito, con cada estatus se puede participar en partes. A los profesores de asignatura hay que pagarle mejor y darles más apoyo para lo cual es indispensable que sean menos, paradoja, tenemos que deshacernos de muchos para que los que queden puedan tener mejores condiciones. Criterio de preferencia por los profesores de asignaturas que sean profesionales en el ejercicio y no de ómnibus. Y entonces hay gente muy valiosa en la posición de ómnibus y los criterios generales van contra él. Con esos criterios si se van reconfigurando los espacios de posibilidad y la gente que cabe dentro cambia su manera de relacionarse con la tarea, eso es muy importante. El fotógrafo tiene que reconocer que como ya no es una clase de foto, sino probablemente sea una clase de discurso visual por decir algo, entonces tiene que reajustar su relación con los estudiantes o sus perspectivas con las carreras, su modelaje profesional a fuerza y en algunos casos eso puede ser muy refrescante para el profesor, para los de planta es un reto espantoso porque el modelo profesional está ahí, no está allá, es muy complicado. Hay proceso que de todos modos se tienen que mover y que bueno, con reacción curricular o sin ella ase tiene que cambiar. Y hay cosas que no se van a cambiar, las resistencias y las inercias son tenaces.

El asunto me parece que hace más interesante al proceso este, pues tiene que ser negociado con las condiciones múltiples de muchos tipos que hay. En ITESO nunca se había dado que los cambios curriculares de todas las carreras se dieron al mismo tiempo, una tarea imposible mover 22 planes de estudio en el mismo tiempo. Ya está, qué va a pasar con eso, cómo quedó el asunto, vamos a ver.

Dr. Manríquez: ¿En cuánto tiempo vivieron ese proceso?

Raúl: En cuatro años, porque lo previsto era un año y se tuvo que acelerar al final, dejar cosas pendientes porque era tal el grado de desgaste que había generado que era imposible soportar un semestre más.

Dr. Manríquez: ¿El proceso les lleva 4 años pero que estaban visualizando?

Raúl: Se partió de un diagnóstico, uno es que había un problema predecible de mercado y con previsiones de instrucciones para siguientes años. Un incremento predecible de la competencia de otras ofertas, un impacto fuerte de la crisis económica en el sector de los clientes. Un ingrediente financiero muy fuerte, la mentalidad empresarial tapatía es muy conservadora, muy miedosa. El otro ingrediente es un poquito más complejo, si había diagnósticos que se perdía el sentido de la formación, la capacidad de mantener cierta calidad y prestigio, había programas que habían crecido mucho, por ejemplo mercadotecnia de lo cual se dudaba que tuviera pertinencia profesional, social académica, etc. Había razones financieras y académicas. Había que tomar decisiones hacia donde crecer, había pugnas de crecer hacia prepas o crecer hacia postgrados que tenía otras condiciones, una tensión en la discusión muy fuerte en términos de prospectiva institucional, otras discusiones con respecto a esa deformación que se había dado en los años que tendía a disminuir las matriculas y el lugar y los recursos para las carreras más propias de un instituto tecnológico, habían crecido las carreras administrativas. Antes se hizo una reforma institucional, cambió la organización, cambió la estructura académica se hizo una departamentalización bastante drástica, fuerte y radical y entonces todo eso dio que nada iba a cambiar si no se cambiaba una reforma curricular y el primer ingrediente era la búsqueda de más intercambio entre carreras, que las carreras no estuvieran tan aisladas de las otras. Lo cual tenía muchas ventajas culturales, sociales, profesionales, educativas y financieras. De ahí viene el origen.

Se echaron a andar en los nuevos departamentos, ya que estuvieron constituidos entonces diagnósticos particulares y luego unos más generales, institucionales y entonces se trató de sincronizar los procesos de revisión curricular departamentales pero simultáneamente, coordinados desde el área pedagógica. Se pudo hacer, los resultados son diferentes que si se hubieran hecho de otra manera, pero el plan de comunicación no se hubiera pensado así, se tuvo que revisar de fondo porque teníamos detrás todo eso. Si no nos comen las tensiones locales sujetos a la tensión con los de arriba y fue más fácil mover nuestras diferencias locales, sino, nos comemos.

Dr. Manríquez: ¿Sus programas son modelos flexibles?

Raúl: Son modelos por créditos, en ese sentido son flexibles, pero no son todo lo flexible que pudieran ser internamente en oferta curricular, porque tenía la reforma este ingrediente de racionalización financiera, reducir costos, y entonces había cosas que no se valía hacer, había opciones que no se podían utilizar, se llamó estructura flexible a patrones sin opción, optativas obligatorias, rígidas con alguna apariencia de opciones, con una relativa aceptación de lo flexibles. Desde el punto de vista del estudiante quedó establecida la posibilidad de un porcentaje no muy grande de posibilidades de armar un área complementaria con cualquier ingrediente de la oferta total de la universidad, eso es una flexibilización porque eso no se podía hacer.

Dr. Manríquez: ¿Tienen consideradas otras opciones como estudios independientes?

Raúl: Ah, sí, se hizo con formato del acuerdo 279, sí por supuesto.

Dr. Manríquez: ¿Los mecanismos de operación son diferentes?

Raúl: Ahí no fue tanto cambio, en el sentido de organización pedagógica había zonas más avanzadas y atrasadas y seguirá habiendo estudiantes de derecho macheteando para los exámenes y seguirá habiendo. Se adoptó este sistema del acuerdo 279 y bueno, abre otras posibilidades y cierra otras.

Definición de condiciones retrasa la reestructuración y la comisión central, la decisión la toma otra persona. Se convierte en un asunto técnico y agiliza mucho el trabajo. El acuerdo 279 es esotérico, hay que ser iniciado para entender todas las implicaciones, pero bueno, con un conocimiento general más avanzado, hay que empezar a ver en términos de aprendizaje y no de enseñanza. El alumno tiene que aprender. No es qué les tengo que enseñar a los alumnos, sino qué tiene que aprender

Gerardo: ¿Cómo trabajaron, como definieron estos ejes?

Raúl: Teníamos los objetos socioprofesionales, teníamos un esquema metodológico general y luego esta propuesta que estaba armada de cuatro áreas de información, esas cuatro áreas las convertimos en ejes, en términos de objetivos y no de zonas, entonces quedaron 3, conectamos eso con el perfil y entre objeto socioprofesional y ejes formativos, fue ir moviendo esquemas tratando de centrar con distintos esquemas, distintos momentos de discusión para pasar luego a otro donde los esquemas eran diferentes, una cosa así geoméricamente muy complicada. Uno de los ingredientes que nos puso a trabajar en esa dinámica chistosa fue la insistencia de Jesús Martín antes de los saberes transversales, va a través y cómo le haces para trabajar con cuestiones transversales, los ejes formativos terminaron siendo ejes formativos era un esquema de poner preguntas o decisiones en conjuntos, en lugar de ser áreas vamos reconfigurándolos como ejes. En términos de procesos, en términos transversales, de articulación, eje de control de la información, eje medio-fines y ahí tiene su definición de competencias. Al final dieron pie a grupos de asignaturas pero casi ninguna secuencia.

Lo último que hicimos sobre los ejes fue convertir en asignaturas esas secuencias de desarrollo en competencias y buscando que los ejes se cruzaran entre sí como espacios de integración y síntesis en la información, dos o tres momentos claves de la carrera. La geometría está padre, en papel, ya en la vida real, es otra cosa, es más divertido. Cómo reformulamos los mismos problemas de siempre. Ya le dejamos de tener miedo, flojera o repulsión a este rollo de las competencias, quien sabe si así será la mejor manera pero alcanzó a tener sentido trabajar con eso.

Aquí están los nombres de los tres objetos socioprofesionales: Gestión de comunicación en estructuras intermedias e industrias culturales, producción de comunicación en plataformas en lenguajes múltiples, los rodeos que hay que hacer con el lenguaje para hacer un consenso mínimo, eso es terrible, y producción y circulación de información periodística. Operaciones generales de la integración profesional, contextualización articulación de medios y fines y por lo tanto de mensajes formativos por medio del lenguaje de la formación. Cuatro renglones del perfil del egresado, luego 6 competencias del dominio de lenguaje.

Este asunto de las competencias en términos de comunicación abre preguntas interesantes, yo no conozco respuestas ya hechas pero abre preguntas interesantes y a la mejor resulta que al rato hay manera de avanzar en la definición en la identificación de la enorme cantidad de ingredientes que entran en esta sopa que no sabemos identificar cuáles son en el asunto de las competencias y que se puede cubrir en términos formales aunque no se sostenga una relación de causa efecto en el plan de estudios de ocupaciones profesionales de ida o de regreso. Las razones por lo que no es aplicable al caso de comunicación pone a la carrera en un proceso que puede ayudar a disminuir el déficit de definición que tenemos, que sufrimos y que empeora.

Dr. Manríquez: Me resulta interesante porque estamos contrastando con el método curricular que se articula muy bien con lo que surge en otras carreras que es como parte del proceso, pero el llegar y ver que otras instituciones con prestigio vive las mismas consecuencias nos anima, las universidades estamos asumiendo las competencias de distintas maneras, si queremos ver las competencias laborales y las bajamos al un nivel educativo, tendremos alumnos desarticulados en el campo laboral. Resaltar que hablar del enfoque holístico, donde hablamos de aspectos de formación aparte de material educativo.

Raúl: La doble dificultad del método por enfocar los procesos de formación universitaria pero además los problemas de comunicación que son muy graves por el atraso cualitativo y por el ritmo de crecimiento cuantitativo. Cuando no hay mucho con que, como que se agudizan más las dificultades en campos como este. Pero es muy considerable eso, porque son muchas instituciones muy diferentes, resulta muy pobre y muy poblado. Ciencias es una carrera de las críticas, porque no es que haya muchos desempleados, lo que pasa es que la calidad de empleo es insuficiente, haciendo actividades que cualquiera pudiera hacer, le quita mucho proyecto general muy claro y muy compartido con otras carreras, lo que hay que hacer es ver que hacen otros campos, ver que están haciendo otros campos académicos.

Dr. Manríquez: Los diferentes programas quieren circunscribir ciertas fronteras, tenemos que abrirnos porque todo participamos en conjuntos, pero qué necesita ese comunicólogo o ingeniero para tener permanencia dentro de su campo y de punto ese querer nos lleva a una reestructuración donde se pretendía tener a un gerente a un químico fármaco biólogo.

Ángela: La definición de los tres objetos en un perfil me llamó la atención porque en el proceso que llevamos de la reestructuración, y tenemos tres perfiles, a mí me parece que lo que hacemos es la definición de tres profesiones y de pronto lo que necesitaríamos es cerrar un perfil de egreso sin perder de vista las profesiones o áreas de especialidad, me parece bien importante que pensemos en eso como posibilidad, Dos, me gustaría escuchar su opinión la posibilidad de posición o abrir campos o nichos en una sociedad, estaríamos en condiciones como institución abrir nicho? La misma institución podría abrir nichos de trabajo?

Raúl: Debería poder, pero ¿qué condiciones debería tener? Estar más cerca de los recursos, son como de otros agentes sociales, a la mejor había que ver alianzas o aprovechamiento de los circuitos más propias, por ejemplo de la universidad de Guadalajara hay cosas más espectaculares. Por poner un ejemplo, la feria internacional del libro, cambio el aspecto cultural de Guadalajara, hay un proyecto universitario muy fuerte, muy caro, comprometido políticamente, por eso es un proyecto institucional, uno se acostumbra, creo que buscar ese tipo de posibilidades en donde cuando y como y hacer la apuesta con los recursos, es muy importante y en comunicación puede haber diferentes vías para hacerlo. Elegir por donde, hacer trabajo de planeación política y estratégica en ese aspecto. Se mueven muchas cosas, si sería interesante. A lo mejor no ha sido común desde el manejo de medios, pero hay que trabajar en esa perspectiva.

Dr. No pueden, debería ser deben, pues el empresario desconoce el aspecto institucional que el profesional puede darle, por ejemplo en el caso de la carrera de economía que tiene más impacto que un administrador de empresas. Difundir e incidir, ofrecer servicios

Raúl: Dar el aval o reconocimiento que son más espontáneo, a veces las instituciones ignoran o combaten (las oportunidades), hay un montón de innovaciones, de vinculación, si... deben.

MARTES 7 DE SEPTIEMBRE DE 2004-09-07

Raúl: Hace muchos años empezó un desarrollo de seguimientos de egresados, ¿no sé si la universidad participó?

Ángela: No, no participó

Héctor: Se participó con Guadarrama

Raúl: ¿Han revisado algunos resultados que salieron ahí? Hay un elemento interesante para conocer más lo propio en contraste con esos datos, yo no tengo un análisis más detallado, me interesaron más en ese proyecto los aspectos de método y mi duda era si se estaban

manteniendo los mismos supuestos en una universidad y en otra no, por eso pregunto si tuvieron un descubrimiento sobre esa discusión

Algo que vimos, tenemos una parte de alumnos que trabajan mientras estudian y encontramos que hay una gran parte de servicios y ventas y hay que analizar si eso se constituye en un campo emergente de la comunicación donde estos estudiantes posicionan la carrera desde otra visión.

Raúl: Con los datos de la IBERO Santa Fe, había un catálogo de 150 egresados de ahí, esa parte me parece importante y trabajar con una parte tan grande y central como de la Ibero, no necesariamente corresponde a egresados de otra ciudad, ahí hay una pista interesante que seguir,

David: no nos hemos sentado a discutir los datos, por eso no nos habíamos sorprendido tanto. Tenemos tiempo trabajando en esto, y tuvimos que dejar y tomar decisiones metodológicas para hacer el diagnóstico que nos permita el mejor diseño curricular y en función de eso está centrado el cuestionario. Al momento de tener estos resultados, con insumos de lecturas, las categorías ¿a dónde corresponden? Discutir con Ángela las variables pues no hemos tenido tiempo para analizar otras cosas. Los resultados todavía no los hemos articulado con las demás dimensiones que pensamos para estos diagnósticos, si no ver lo del campo laboral y optamos por el diagnóstico y las variables de Claudia están muy abiertas y eso implica hacer una reagrupación y muchos egresados están dentro de medios, pero están concentrados en producción de mensajes y la otra que encontramos es la organizacional, son como dos objetos socioprofesionales.

Raúl: El estudio de Claudia es el único que hay y es obligatorio pasar ahí, cosa que no es muy frecuente, una cuestión adicional importante es cuáles son los supuestos básicos que se usan para clasificar, para acomodar respuestas, el trabajo distingue el claramente lo que es trabajar como empleado y con otros modos de contratación, hay una gama amplia ahí que creo que ya va siendo mayoritario en el área de comunicación. Hay maneras de saber eso porque especialmente para este campo de comunicación organizacional es importante para armar la distinción entre lo que son chambas de comunicación y de otras cosas, en medios creo que todas son interesantes y es una gama muy amplia y es más frecuente que haya subcontratación y trabajo contratado por servicio, como más libre, pero en las zonas intermedias es un factor clave para saber el tipo de relación con el empleo que se va dando y luego en otro capítulo cómo los estudiantes se van representando en el trabajo que conecta con lo que Héctor decía que los estudiantes trabajan mientras estudian. Cuando son estudiantes que trabajan, pero cuándo se empiezan a considerar profesionales, ahí hay cuestionamientos importantes que no están muy claros porque no se cuestionaban. Cómo incorporas en términos de proyecto una inserción en el mercado, ahí hay cosas interesantes y que tienen que ver cómo organizar para moverse en ese mundo y que tienen que aprender de una manera más pronta posible

Ángela: El cuestionario tiene tres etapas, la primera sobre su actividad laboral antes del egreso, la segunda de la situación laboral después y tercero actualmente, esos son los tres procesos.

Raúl: Eso hay que explorar y ver si hay alguna correlación con las áreas, épocas, género, que es más probable para atender, yo creo que las mujeres tienen más trayectos más rápidos, más abiertos y más mal pagados, hipótesis suelta totalmente, pero ese tipo de preguntas son necesarias de documentar, que bueno que están hechas las preguntas, porque hay datos que analizar. Eso creo que cruzarlo con información de nosotros. Es una cosa que me parece acertada, esas cuatro fuentes de información. Y la claridad relativa que se pueda en cuanto a lo referente a las etiquetas porque al pasar de un diagnóstico a un estudio más formal en torno del mercado profesional habría que aprovechar esa necesidad de definición más clara de qué quieren decir las etiquetas que nos hemos acostumbrado a usar, y este modelo de organización de grandes conjuntos más ordenado de adscripción de campos de trabajos puede ayudar mucho y creo que hay avance, que es nuevo y ayuda a tener más claro que pasa por ahí.

Yayo: Según lo que ves ahí, ¿es suficiente para hacer sujetos socioprofesionales?

Raúl: Sí, si están trabajados con este nivel de agudeza, sí. Estos modelos son como modelos heurísticos, son características que se pueden respaldar de manera empírica y no quiere decir que como esas son las características del futuro haya que ajustarse mecánicamente a eso, el plan es proyectar hacia adelante ciertas tendencias que no están representadas estadísticamente todavía, pero si se detectan con claridad, va la apuesta para los 5 años.

David: estos objetos socio profesionales que tenían en el ITESO, la perspectiva que tenias sobre modelos fundacionales ¿fue parte de una articulación para una discusión?

Raúl: son dos niveles de discusión, lo de los objetos socio profesionales se trabajó más deductivamente como tanto información empírica, y saberes informacionales, tratando de darle interpretaciones más allá de lo que daban los datos. En este mismo sentido no estamos pretendiendo hacer un estudio sistemático del campo, necesitamos claridad para de diagnóstico fundamentar la propuesta, claridad en la discusión, saber de qué estamos hablando. Hay que saber que tan confiable es la información que tienes, pero nada más, mucho de ahí qué tiene que ver eso con las intuiciones, con lo que se le ocurre a alguien, con esos ingredientes y tratar de hacerlos consistentes que digan, este conglomerado de características es diferente de este otro y nos permite ponerle un lugar donde acomodar una categoría de ambigüedades como esta, dónde está la frontera de lo que es un trabajo de comunicador o no, en lo que es empleo o subempleo, esas cuestiones que son cruciales porque si uno tiene información y trata de sacar conclusiones, es apaga y vamos porque no tienes que ser directas causales, fijas, mecánicas, etc. Ese es un modelo heurístico. Les decía ayer con cierta ironía que yo no participé en el proceso, pero me lo apropio y quisimos hacerlo más sofisticado, como abrirle en los nombres posibilidades que cupieran otras cosas, no por tratar el mundo más amplio sino por romper el estereotipo de que la comunicación organizacional, la publicidad, ya están encasillados en estereotipos y los datos empíricos dicen que no es así, decíamos no nos interesa formar publicistas, pero tampoco por la razón tipo como en los años 70 de fomentar el consumismo, lo cual se puede seguir diciendo con mucha mayor razón que con años, pero como perspectiva no es, hay que trabajar con un modelo más sofisticado, algo más complejo que eso, quisimos hacer ese intento pero se pueden identificar claramente en el núcleo de ese modelo, con las cosas más convencidas, convencionales de esos campos, le quisimos abrir pero para sentirlo más a gusto y discutir cuestiones más centrales y no cuestiones periféricas, de cómo pelearnos por un autor. Eso sirve para acomodar muchos ingredientes de interpretación, los otros, los modelos fundacionales son creaciones como modelos heurísticos pero para atrás, para ver cuáles son los ingredientes que le podían dar potencia utópica decía yo, pero a los proyectos, cuáles eran los modelos ideológicos amplios, con la idea de que ya no había proyecto, que se había perdido el sentido de futuro, cuál es el proyecto. Es en otro eje la propuesta, ahí discutimos enfáticamente y me mandaron llamar y me dijeron: tú crees que podemos pretender trabajar un cuarto modelo y dije sería bueno, excelente porque el planteamiento esta armado para decir que lo que habíamos hecho estaba viejo y que somos capaces de hacerlo. Dije, déjenme pensarlo en términos prácticos porque escribirlo y elaborarlo es muy fácil y me cuestionó mucho y dije no podemos, no le tiremos a eso, no.

Tratemos de acercarnos lo más posible para recuperar esos ingredientes pero no pretendamos volver a fundar la carrera, pretendamos en hacer otro curriculum y no hacer en otra carrera, eso es muy difícil como para lograrlo en un plazo. La carrera tiene desde el 67, 27 años, más o menos 2000 egresados y una historia densa, cultura intensa, han pasado muchas cosas y es muy sensible adentro cualquier movimiento, hay una tensión durante siempre, todos los años hay tensión fuerte por los proyectos que resulta muy productiva, no se aburre uno de estar ahí, en el núcleo es bastante tenso. En esas circunstanacias era muy particular por las personas que estábamos, no le tiremos por volver a fundar la carrera sino diseñar el currículo, pensemos sobre los mismos supuestos cómo en estos momentos podemos disponer con los recursos que tenemos y hacer eso mismo, pero mejor hecho y eso fue la decisión fundamental.

Cuando me soltaron la pregunta y antes de eso habían puesto a Martín le habían puesto frente al banquillo, y dijo que también creía que no. Por ahí nos vamos, lo tomaron como consenso como decisión y prefirieron trabajar plataformas de trabajo claro, realista, práctico y concentrémonos en otro nivel de definiciones de fondo teóricas, ideológicas y trabajar en nivel más complejo. Cuando terminamos la propuesta, la tarea de pensar un cuarto modelo socio profesional sigue pendiente lo funcional, y probablemente si sucede, será sin proponérselo, bajo otras circunstancias que no se pueden programar. Caer en la cuenta cruda de esas cuestiones fue importante para nosotros porque la cultura institucional es muy especulativa, muy política y retórica, esa cosa creo que es importante entonces, después de muchos años de esfuerzos había una relativamente buena información empírica del seguimiento de egresados suficiente para decir la gama es de este tamaño, si bastante amplia, en el ITESO hasta los últimos 15 años, los primeros 20 como casi no había escuelas de comunicación concurría gente de todo el país y unos se quedaron en Guadalajara y otros no y muchos de Guadalajara se fueron a buscar al resto del país y más allá. Es una característica geográfica, estar en Guadalajara es decir que cruza gente de muchas partes y luego el horizonte se hizo buen punto. Hay un porcentaje importante de estudiantes del ITESO, del 5, 6% de egresados que viven en Europa, ¿qué hacemos con eso? son muchos y hay muchas diferencia donde las anécdotas se empiezan a hacer significativas porque es un dato que hay que acomodar, hay circunstancias distintas y no sabemos por qué.

Ángela: ¿Y trabajan en el área?

Raúl: Unos si otros no, unos se fueron de mochilazo y quedarse y otros trabajan en otras cosas. Con ese tipo de datos decir qué es lo pertinente, no nos interesa esos extremos, después se hace habiendo cobertura geográfica pero ya no, hay que pensar en un perfil regional, más de tapatíos y eso quiere decir culturalmente cosas muy diferentes, no van a predominar los estudiantes que salen de su casa y tienen que sobrevivir de otra manera diferente. Esa información de muchos años no se puede juntar rápido, gracias a que había un proceso de ir formando las bases de datos y actualizándolas, así, ese es un factor importante y luego ponerlo en este tono de qué significa ahora, de aquí para adelante, les echamos muchas cosas interesantes, que nos darían explicaciones si quisiéramos estudiar la identidad institucional y eso se quedó en el pasado, en los estudiantes actuales y eso fue otros datos. Aterrizarlo en esos datos fue difícil y la de los estudiantes actuales, tratar de jalarla, información más difícil de tenerla clara y jalarla, es difícil porque los profesores somos viejos, el promedio de edad de profesores es arribita de los 50 años, entonces, la distancia son enigmas, necesitamos traductores simultáneos, así es, ese es el punto de entrada, qué necesitamos interpretar y saber sobre los estudiantes actuales, ¿qué quieren? ¿Por qué vinieron? Los fuertísimos estereotipos que tenemos impresos los profesores sobre los estudiantes que llegan no corresponden aunque hay elementos comunes, igual ahora que hace 30 años a la pregunta ¿por qué quieres estudiar ciencias de la comunicación aquí? Y la respuesta directa, es respuesta estereotipada es: porque siempre me ha gustado. Pero el siempre qué significa, cuándo te empezó a gustar, y cuál es el atractivo del siempre. Otro montón de información de experiencia viva de preguntarle a los profesores jóvenes a los mismos estudiantes a los más reflexivos, como charlas de pasillo para pasarla a un nivel de representaciones y de proyección a 5 años. Y por último esa doble información meterla en un marco de interpretación riguroso en sentido duro de cuatro procesos que se construyeron con análisis conceptual, documentos más fuertes, en contexto tecnológico nos interesaba mucho, Jesús Martín, tienes un mes para entregarnos un documento de Estado de la cuestión, para esto has el planteamiento fuerte de los cambios tecnológicos en relación con comunicación, ese fue muy duro y luego sobre ese, me pidieron a mí las implicaciones formativas en ese contexto, nos tuvimos que convencer de que la creencia de que la carrera de comunicación no pasaba por el eje de la tecnología centralmente sigue siendo válido. Si hubiéramos tenido una historia donde el ITESI tuviera otro lugar, tendríamos ese lugar y fuéramos tecnófilos, eso estaba dado, pero no, nos preguntamos ese tipo de cuestionamiento. Quiero decirles un punto de procedimientos que parece muy importante, armamos esos 4

contextos y los tomamos muy serio, trabajamos mucho el objetivo de lograr consensos sobre esos. Son:

1. Plano socioeconómico político de la actualidad. Globalización, multiculturalidad, marcos amplios en lugar de la comunicación en el mundo, hay algunas cosas así, síntesis por ejemplo: La alta velocidad del cambio, la creciente complejidad del sistema social, los diversos procesos de cambio sobre los probables cursos de acción, el escenario de la sociedad del riesgo, todo un seminario de doctorado en tres renglones, sociedad del riesgo. Eso decidimos que fuera significativo para el plan de estudios.
2. El plano de la educación superior. Qué es la educación superior en espacios sociales actualmente, un ejemplo así de los postulados hay una excesiva concentración en las áreas de ciencias sociales y creativas dentro de las que participan las críticas las de ciencias de la comunicación, vamos a volver a pensar, la carrera de ciencias de la comunicación no con el sentido de futuro con toda fuerza de los años 70 sino con la gran sospecha y casi certeza de que ya no sirve para nada, se acabó el futuro de los estudios de comunicación
3. Formación profesional en comunicación. Sobreoferta de egresados, desestabilización del empleo, requieren de articulaciones creativas del campo de la formación universitaria profesional.
4. Plano laboral del campo laboral de los egresados de la carrera de comunicación del ITESO, cómo les va en la chamba a los egresados. Estaba la información y se reinterpretó.

Se interpretó la información en este contexto y sacamos 4 conclusiones ya se interpretó y hay el diagnóstico en ese campo y ahora qué, hay 4 apuestas.

1. Teníamos que pensar prioritariamente en un modelo profesionalizante de la carrera, en una tradición en qué iba a trabajar la gente era cuestión del egresado, no perder tiempo para discutir esas cosas. Vamos a adoptar una actitud profesionalizante, plantearnos el reto de profesionalizar curricularmente duro de aceptar, es renunciar a qué, esa fue la cuestión.

2. Convicción absoluta, consenso completo de que había que centrarse en partes, pedazos de competencias cooperativas que no habíamos atendido tanto, por ejemplo, el manejo de información en el sentido técnico y metodológico, no en el sentido tecnológico, distinción muy difícil de hacer, más o menos compromiso, pero mucho más rigor en el manejo técnico de los procesos de información.

3. Novedad, insistencia clarísima de la formación ética.

4. Juego del trabajo en equipo, de la capacidad de proyecto colectivo.

De ahí se juegan con formulaciones de competencias con las que había que trabajar, pero con fundamentos se llevó mucho tiempo, era muy importante y estaba claro que si no había consenso lo demás no iba a salir. La experiencia previa no salió. El plan de estudios de 77, el segundo, que se revisó y pulió en el 81 y que el plan del 81 siguió vigente hasta el 95. En el 85 que era el plan de vigencia yo era el director de la escuela y yo era el principal responsable, empezamos a trabajar y a revisar y estaba clarísimo que el plan no funcionaba bien y no logramos cambiarlo sino hasta el 95, pasaron 11 años en que el proceso estuvo atorado internamente, porque no logramos ponernos de acuerdo antes, debimos haber demostrado ser capaces de superarlo y hacerlo, sacar el siguiente plan pero no pudimos. Por supuesto, cuando se hizo el cambio en el 95 el plan tenía 18 años, ya no servía nada, ya se había reformulado en la práctica varias veces lo que estaba escrito. Cuando estaba listo el plan del 95, hubo disposiciones institucionales arbitrarias y ese plan nació abortado, deformado y la lógica con el que estaba armado negada de la propia institución. La práctica formativa tuvo entonces una base muy pobre históricamente, con retrocesos, caídas de calidad, mucho malestar en los estudiantes, los profesores, en los egresados que decían, qué han hecho estos estudiantes chafas. Había que recuperar muchas cosas, por eso son circunstancias que se decida ponerlo

énfasis en una cosa u otra y decidimos volver a pensar la carrera desde sus fundamentos y contra una presión que decía que era el momento de hacer 3 carreras y terminó siendo 1, el modelo más fuerte de una formación general de comunicación, y acabamos ganando la batalla pero no la guerra. Hay que ver si les conviene diversificar la oferta y programas diferenciados, volver al punto de los 3 sujetos socio profesionales y no sacar conclusión de hacer una carrera sino, probablemente 3 y ver qué pasa en términos de demanda este ámbito.

Héctor: Dentro de estos contextos que utilizaron para trabajar este perfil de egreso, ¿cuál es el rasgo característico de un egresado del ITESO?

Raúl: Son 7 puntos lo que los caracterizan.

1. Crisis de la estructura productiva local, crisis de las empresas, las empresas no están en auge, están en crisis, recortes presupuestales, cierre de plantas, etc.
2. Los egresados del ITESO tienen mayores posibilidades son mejores si hacen proyectos independientes. O se hacen independientes o se los lleva la crisis.
3. Crece asimetría de oferta de trabajo para profesionales de la comunicación en concentraciones urbanas frente a ciudades pequeñas.
4. El dominio de plataformas tecnológicas y de diversos lenguajes es una condición para aprovechar oportunidades de trabajo. Ya no se puede ser humanista sin tecnología de punta.
5. Predomina la inserción en la comunicación organizacional, publicidad, periodismo y diversas tareas de producción audiovisual. Ahí estaban cuatro núcleos y decidimos eliminar la publicidad.
6. Exigencias en términos de saberes, competencias y disposiciones se añaden exigencias de adaptación y flexibilidad necesarias para sobrevivir en el campo.

Conclusiones o prospectivas propuestas como de perfil propio, tres elementos. Núcleos de base, para ver qué tipo de profesional vamos a formular.

1. Capacidad de argumentación sobre la base de la reformulación dinámica del conocimiento adquirido.
2. Capacidad de registro y análisis de capacidades de las transformaciones históricas
3. Capacidad de reconocimiento de las formas simbólicas a partir de criterios plurales para el diálogo y reformulación de las relaciones intersubjetivas.

Con esos ingredientes hay que formular el trabajo. Ya luego quién sabe qué consistente fue pues teníamos que regresar esto.

Ángela: ¿Y la metodología de cómo se organizaron? Este es un punto débil aquí, no logramos un proceso organizativo y participativo.

Raúl: Hay que negociar en muchos niveles, analizar muchas cosas, es muy complicado, avanzamos, no lo resolvimos, hicimos la mayor parte de las cosas, no había otra manera más que buscar el síentate y hay que discutamos, a veces en la oficina a veces con cervezas, en juntas. Sí logramos construir consensos suficientes entre los profesores de planta, el esfuerzo hizo que descuidáramos a los de asignatura. Trabajábamos bastante bien con los 23 maestros de planta, y con comisiones institucionales con 100 profesores de asignatura, difícilísimo y los descuidamos, no pudimos incorporarlos en todo lo que fuera deseable, bueno, de pérdida hay que informarles. Esa información era importante porque estaba cruzada de racionalización, creían que si por lo que estábamos haciendo se iban a quedar sin chamba. Cuestionaban porque no resolvían cuestiones inmediatas. Una combinación de sesiones o proceso de informar fueron insuficientes con los profesores de asignatura y de mantener abierta la disposición a recibir cualquier clase de comentario al respecto los miembros de la comisión. Yo recibía de algunos que no les decían nada a otros miembros de la comisión y no recibía ni saludo de otros que sí iban y claro, tal cual asumimos tranquilamente que nuestro papel como miembros que conocer

de ir platicando por los pasillos e ir haciendo circular la idea que todo era para bien y que no era grave, y para no hacer estupideces nos ayudaran, eso resultó más o menos bien y la gente ya tenía por donde irse pues ya sabia algo. La comisión se fue renovando, era de seis, e íbamos representando varios sectores, fue bastante pacífico, intenso por dentro, pero pacífico, yo creo que la mayor parte de profesores de asignatura ni se enteraron.

Este cuaderno final es la versión formal y es una edición para los profesores, tiene fecha de mayo de 2004 pero fue cuando de cerró el proceso oficial, ejemplares engargolar para cada profesor, ahí esta todo. Alguien quiere rediscutir alguna cosa, aclaraciones... así, es, ya está aprobado, repartido y ya, material de uso y ya no de discusión. Lo que sigue en los procesos de implementación ahorita es lo que preocupa, esta parte ya quedó.

Cierta habilidad de la jefa del departamento para no hacer olas, y de no comprar broncas sin necesidad, ayudó mucho. Hubo un momento clave en esta dinámica política interna en que la jefa decidió integrarse en la comisión y dijo: decidí integrarme a la comisión. Y se preguntaron por qué, nos sentimos como agredidos. Y llegó y dijo: Decidí integrarme a la comisión, porque creo que conviene hacerlo ahorita, yo tengo que defenderlo, dar la cara y debo conocerlo bien, de dónde salen las definiciones. No es que no confie en ustedes, pero necesito saberlo bien para defenderlo, así se integró. Eso ayudó mucho, la capacidad de dirección, la jefa ayudo muchísimo, la forma como se fue constituyendo la comisión y renovando, con consulta a todo mundo, pero no por votación, el consejo del depto. pero con consulta, que haya cierto balance. Con esos consensos informales se fue haciendo y nos pudimos concentrar en la tarea y no en los procedimientos, la experiencia anterior en que habíamos estado muchos en la frustrante tarea de que estábamos muchos. Como la vez anterior. Había partes donde uno se interesaba más y preguntaba. Rollo de la formulación de competencias a nadie le importó, era como obligación de la comisión, ese cambio de lenguaje y de conceptualización a nadie le importo.

Se hizo un esfuerzo oportuno para mandarle los documentos que se iban cerrando a dos otros amigos externos y que lo revisaran y los consultores fueron bien elegidos, emitieron comentarios muy bien sintonizados y la comisión recogía eso reprocessaba.

Héctor: Pudieras compartir algunos comentarios de este plan curricular.

Yayo: Me abriste muchas preguntas, claro que le trabajo es bastante grande, pero por lo menos si trabajar lo necesario y pertinente para un proyecto de Tijuana, propongo que hagamos dudas de lo que ha dicho Raúl, ¿les parece bien? Sobre dudas, de entrada, me parece que como diseñamos esto, queda como suelto si no lo contextualizamos con estos contextos, no lo hilvanamos, sobretodo lo socioeconómico, la frontera, la globalización, no lo hemos trabajado, se estaba atendiendo, se me haría importante, ¿qué recomendaciones que podamos hacer en lo local para que no quede muy suelto?

Raúl: Tres que tengo muy claro. En particular para UABC Tijuana,

Uno. El asunto del lugar sociocultural que es este punto tan específico del planeta. La ubicación sociocultural histórica de esta frontera en un mundo en el que las fronteras como tema conceptual son cada vez más clave para entender el mundo contemporáneo, mucho énfasis en términos más sangrones, en los aspectos transdisciplinarios porque hay que manejar cada vez más cuestiones de demografía, de cultura, etc. eso. No hay lugar común más interesante que Tijuana, esas transiciones centrales del mundo contemporáneo, disolución del Estado Nación, etc. Eso me parece prioritario y eso no es tan pertinente ni tan posible ni prioritario cuando lo piensas de Guadalajara.

Segundo elemento, en ese contexto de transición enorme de la vida, la dimensión mediática de la cultura, la versión mediática, industrial, económica, simbólica, móvil, global, etc. no son los medios como medios, eso hay que reformularlo en todas partes, pero en este contexto local me parece central. Comentario de pie de página, el trabajo de tesis de David me parece

verdaderamente estratégico, que sólo se puede hacer acá, que debe ir más allá, con una recreación teórico metodológica, realizada aquí pero que va más allá.

Y la tercera cuestión es muy importante es cómo ubicar lo que se va elaborando, consolidado en términos de proyecto académico, producción de conocimiento, de sentido, como se va articulando institucionalmente, esa es la fórmula, cuáles son los recursos que la institución se van haciendo como nexos con el entorno, eso me parece clave porque son problemas, entornos de cambio tan grandes y tan complejos que pueden ser fascinantes para un centro de investigación pero no necesariamente digeribles y trabajables para una carrera profesional, esos vínculos ayudan mucho a convertir espacios de proyectos y de horizontes de modelo, de ejemplo, de desarrollo para los estudiantes, una cosa es hacer la gran formulación individual de las gestiones y otra cosa es hacer crecer los espacios de práctica cultural, social, política mediada por prácticas de comunicación profesional. A veces tendemos a irnos muy grande y la cuestión es poner a los estudiantes a que los estudiantes se vayan insertando a la globalización en directo, hacen falta muchas mediaciones para que puedan hacer eso, deben ir dando pasos aterrizados. Esas redes de vínculos de aterrizaje son muy importantes para hacer cosas, hacer proyectos e institucionalizar redes, que sea necesario pensar términos de colaboración, de aprovechamiento de bases para abrir horizontes.

La discusión se puede hacer con referentes concretos, no con los grandes rollos que es el gran riesgo de este mundo de la complejidad pero ese es el mundo virtual, fascinante pero en abstracto, esa tercera cuestión es importante, y entonces, con eso el trabajo de discusión y compartir proyectos entre los profesores y modelarles a los estudiantes formas de ver el mundo desde la comunicación nueva, desde esta perspectiva sociocultural ese es el producto que yo vendo, no desde los medios como tradicionalmente se han visto. Como espacios de poder, no, los medios de comunicación son importantísimos, yo estoy preocupadísimo porque se nos desaparecieron los medios del horizonte, hay que recuperarlos ya. Estamos muy al margen de entender cualquier cosa porque no acabamos de entender cómo los medios están reestructurados y son parte de cualquier cosa, no son las dimensiones inmediatas de los medios sino del lugar que tienen. Eso visto desde afuera creo que sería lo prioritario. Una cuestión que creo que es importante ahí, es cada vez más difícil cargarle todo lo que hay que hacer a un sólo programa de licenciatura, ya es necesario pensar en todas partes si es posible o cómo sería posible pensar en ampliar cobertura, de la licenciatura en comunicación a los lados, abrirle, sin en esos momentos la especificidad necesita desaparecer, que desaparezca, mientras se siga trabajando el aspecto central y ponerle niveles. Pero no va a haber futuro para la pura lic. en comunicación sin la cobertura de otros niveles de trabajo de otro tipo en otras escalas, cada universidad que merezca tal nombre, no cualquier patito, puede sostener un proyecto específico de licenciatura, pero de postgrado no, tiene que ser más colaborativo, en redes, ahí sí, sostener un postgrado solos, ninguna universidad podría tener, ni la UNAM.

Nos podemos conectar con otros provincianos, pero es otro nivel de estructura, si tenemos contacto con ellos, excelente porque nos apoyaran, nos ayudaran. Postgrado pero en otro esquema. Para un proyecto basado en perspectivas como los otros puntos, creo que es muy necesario buscar como fortalecer, es decir, no hay que hacer una maestría sea, como sea, pero ir previendo no podrá hacer toda la tarea una licenciatura, mi perspectiva es que habiendo un entorno tan fuerte y completo, hacer todo eso desde la licenciatura, presiona demasiado a los estudiantes, pierde la calidad educacional, genera demasiadas angustias. Eso es importante como para preverlo a futuro, a 5 años.

Dr. Manríquez: ¿No estaríamos cayendo en el juego de especialización temprana?

Raúl: No, está tranquilamente calculado cuál es el ingrediente de especialización o fragmentación deseable, lo que se puede admitir como parámetro para el diseño del plan que luego se fragmenta, porque se fragmenta, no. Clarísimo que no por eso decidimos no desarrollar tres programas sino uno, por eso el proceso para darle la vuelta y ponerlo en el otro eje fue buscar donde debería de estar en el curriculum, dos o tres espacios de integración progresiva.

Por ejemplo teoría sociocultural de la comunicación en séptimo semestre, preguntas teóricas para referir conceptualmente el asunto empieza en séptimo semestre y esperamos que no termine nunca. Pero no empiezan en segundo semestre porque si no es más probable que se nos abra y se oponga a proyectos que deberían ser posibilidades complementarias para los estudiantes que los convierten en opciones.

El problema principal es el concepto común de que una carrera es una especificación muy lineal y no puede ser, pero tomo mundo cree que es, entonces acaba siendo y muy mal, hay que hacer las propuestas con otra lógica y explicarla, es que porque nos atienden tan mal, por que no me dan lo que necesito; porque tú estás equivocado con aquello que le hiciste creer por un lado o aguántame la argumentación o ten paciencia y te caerá el veinte. Cómo hay que darle tiempo a los procesos de información. Si vale la pena no se puede manifestar el límite de 5 años.

Raúl: (Sobre el documento) No me abrevó a decir muchas cosas particulares porque es muy probable que me equivoque a la hora de leer, pero sí un par de impresiones.

1. Si veo en contraste con otras experiencias un trabajo más sólido con otros lugares, lo cual me hace pensar que hay más recursos invertidos aquí que en otros lugares y que puede desembocar en una propuesta más sólida, bastante menos o ya ganado el terreno de quedarse en las discusiones estereotipadas y trampas en el campo de comunicación, veo un nivel notablemente bajo de ingenuidad comparado con una perspectiva más amplia del campo, se sigue trabajando con supuestos de hace 25 años que eran ingenuos y que sostenerlos ahora era alarmante. Mi impresión general es que hay un nivel planteamiento, en sentido práctico, muy claro. El nivel del campo es espantosamente bajo y esto esta arriba del nivel, pero entonces el problema soy yo, porque con esta información no me bastó para decir algo interesante.
2. Me parece oscuro en mi lectura cómo pasar de esta fase de diagnóstico a la propuesta, ese es el salto mortal de decir ya sabemos esto, ahora cómo le damos forma, ahí me parece que está el proceso. Yo preguntaría, cuáles son los límites concretos de la decisión o decisiones que se pueden tomar, por ejemplo, se puede pensar en alternativas diferentes en la organización de materias? con nuevo régimen, con una lógica de competencias, se puede pensar en otras maneras de organizar los procesos, hay que circunscribirse a eso, se puede pensar en una propuesta que rompa supuestos o no? y que hay capacidad tranquila y legítima, pensar por ejemplo en decir que ciertas cosas que son absolutamente necesarias de aprenderse, nos enseñen habilidades de redacción, ¿tiene que haber clases de eso? Hay cosas que no se pueden cuestionar, ¿hasta dónde están los límites de cuestionamiento? Por ejemplo, ¿que no haya clases de foto, de radio? No es que no haya desarrollo de habilidades de producir sino que por qué tiene que ser la manera esa de ¿Por qué debe haber tele 1 y 2? Se puede pensar en eso, ¿o no? Es un riesgo terrible porque los estudiantes van a reconocer la carrera ¿o no? A la hora que los estudiantes empiezan a preguntar porque se deben tomar clases de foto, pues no te vamos a enseñar, la cuestión es esa, no te vamos a enseñar clases de fotografía, tenemos que ver hasta dónde van a romper los supuestos. No es que alguien lo prohíba, no se entiende, no se puede hacer un proyecto sobre variedades. Hay límites, institucionales, legales pero esos son tajantes. ¿Podemos pensar en una carrera de 18 semestres? No. Pues que lástima. Eso es absurdo, y ya, listo, quitémonos esa opción, ¿cómo le hacemos para compactar una carrera que debería ser de 18 semestres? Esa cuestión no sé, me da esa impresión.

Ve nombres de asignaturas, seriaciones, estas tres, básica, disciplinaria y terminal una estructura que puede ser muy limitante que tiene supuestos de un modelo más tradicional, o puede haber un cierto límite de respetar la misma estructura y ver otros procesos, por eso manejaba de intercalar unas áreas con otras. Ese recurso puede ayudar mucho a los estudios, este paso del énfasis en la enseñanza al aprendizaje se puede radicalizar mucho en la comunicación, se puede hacer, porque es mucho más potente pensar que la comunicación es un proceso de interacción en el cual se aprende que en un proceso de emisión de mensajes el cual se enseña, perspectiva de fondo y forma, yo creo que hay que enseñar a los estudiantes a reconocer la comunicación en sus distintos niveles de comprensión profesional como sistemas de producción de sentido y no como producción de mensajes. Y si curricularmente negamos eso,

estamos en problemas, cuáles son los límites en los que nos podemos mover porque creamos un consenso, un consenso por lo menos de un núcleo básico porque los objetivos exigen eso, no cambiar por cambiar, sino lo que vamos a ganar. Un eje de formación de actitudes, si nos tomamos muy en serio los diagnósticos, hay que hacer que los estudiantes desaprendan en las actitudes de sumisión como lo es un empleado, porque eso se hace en relación con los profesores que no dan respuestas y no califican lo que esta bien o esta mal. Yo como profesor ya tengo mañas acumuladas, con mucha facilidad puedo decir que no te voy a enseñar nada y mi respuesta típica será quien sabe, y mi evaluación será a ver si me convences. Retórica de profesor. Sería muy bueno poderse tomar eso muy en serio, pero no se puede, capacidad radical de hacerlo y si lo tuviera sería desastroso. Porque viene la capacidad de interacción de los estudiantes, pero cómo ir moviendo el entorno, la cultura cotidiana de la universidad en la escuela para hacerle espacio a las preguntas y no a las respuestas, no al pleito, al canibalismo, discutir es una manera de colaborar, tú ganas y yo gano, ese tipo de actitudes, cómo meterlas intencionalmente en los procesos. Mi anécdota favorita es decir, jóvenes se están perdiendo los libros de la biblioteca, si se los van a robar y es inevitable, mejor róbenlos a una librería y no a una biblioteca, hacen menos daño. Sean prácticos, no se metan autogoles. Eso es enseñar a robar éticamente.

El trabajo orientado a dimensiones del perfil profesional que no pasan con los contenidos y que no están contemplados con las denominaciones de sentido común en el campo dicen cada vez menos. Si se puede aprovechar las certezas y consenso como para ponerle no sólo una dimensión de flexibilidad sino una dimensión de sentido, excelente. Hay que tener consenso mínimos y dejar que los procesos de perspectivas sean diversas en la oferta a los alumnos, no darles una sola visión a los alumnos sino las más que se puedan y el desarrollo de la capacidad de interactuar con propuestas contradictorias, eso hay que aprender, no hay que uniformar a los profesores, hay que lograr que sea posible un consenso básico elemental y discutir las perspectivas diferentes de los estudiantes, ¿A quién le hago caso?, ninguno, resuelve el asunto, diseña tu propia perspectiva.

3. No veo suficiente formulación como de espacios de práctica, trabajo sobre la experiencia directa de los estudiantes, de grupo, individual, de experimentar cosas, no parece en el texto suficiente, especialmente en comunicación tiene que ser mucho más intensa la actividad experiencial y luego, reflexiva, discutir con lo que ya pasó, y al revés. Es la tendencia predominante se nos sale el modelo difusionista por todos los poros, la experiencia es mía y yo se las paso, ustedes aplíquenla, no. No se puede. Qué situaciones se pueden propiciar para que los estudiantes estén en contacto corporal, afectivo, intelectual, visceral, etc. con las prácticas y sistemas de información, luego las reconozcan y las elaboren, que vayan más allá de la experiencia, a ver que significado tiene eso, un camino más intuitivo que deductivo en general. Cualquier pregunta es válida, después la respuesta no lo será, poner al estudiante en esa situación experimental, la materia prima cruda de lo que después será cultivado como competencias profesionales a mediano plazo, materia prima cruda que desarrollaran en el futuro, eso desarrolla en el sujeto la relación con el objeto con su subjetividad. Estamos hechos de comunicación, cultura y materialidad. Si empezamos por el rollo de la explicación no vamos a regresar nunca a las vísceras, el rollo es el de la recursividad infinita. Es verdaderamente importante mientras se pueda conectar. Hay montones de cosas que a mí no me dicen nada.

Héctor: El trabajo es un plan de estudio porque tiene que ser a partir de las competencias de forma específica y que se vea reflejado en las actividades de aprendizaje que va a ser significativo en el nivel de competencias, que será la gran tarea, empezará la colaboración de los profesores, primero veremos lo que son las competencias.

Raúl: Te vas acercando y te tienes que regresar a otro tipo de diagnóstico porque dices y eso quién va a hacer el otro proceso, quien va a hacer lo otro, yo lo podría hacer pero no voy a dar 18 clases, esas cosas pasan muy frecuentemente, ya la hora decir avanzando, regresémonos un poco y seamos más realistas, el límite está ahí no podemos sobrepasarlos. De veras que suelen

estar más cerca los límites de lo que uno cree, siendo muy optimistas, eso cuesta tanto dinero y en el presupuesto no va a haber ese dinero jamás.

Héctor: ¿Te fijaste que no ponemos de forma central a los medios? Tele1 y 2, radio 1 y 2, sino se bosquejó por perfiles. ¿Qué tan necesario era que los estudiantes que pueden optar por organizacional lleven un curso de tv 1 o 2 como parte central de su formación? No es algo operativo, pero en el desarrollo de competencias.

Raúl: El que no haya eso, ni la de las especialidades excluyentes, siempre prematuras, eso me parece que son avances, que bueno que no están formuladas las cosas así, si además de eso, se puede hacer esto repito como de interpretar las áreas entre sí, hacerlas menos definidas que tenga ingredientes de énfasis básico de la etapa básica pero que vaya prefigurando la disciplinaria y la terminal desde ahí, no sólo se están dejando unas cuestiones, sino que se avanza a otra manera de formular las opciones. Aquí creo que es pertinente hacer la traducción del lenguaje, lo que llamamos ejes formativos, los tres, son centrales en eso, se va ir moviendo el estudiante en un esquema más flexible o menos flexibles y se mueve no sólo de un lugar a otro. Cuáles son los ejes de sentido que van a llevar la referencia por que tomo tal decisión y por qué lo hago de esta manera, referencias que puedan ser discutibles, de qué se trata ¿por qué no tenemos más clases de video? Porque es muy caro y no hay equipo. Inaceptable ese tipo de respuestas. Porque no tienes porque hacer video, demuéstreme que puedes y ya veremos que haremos, ¿cuáles son los ejes? ¿Por qué tomar tele1, 2 y 3? Qué contiene, análisis, administración. Sería importante que llevaran la materia de administración de televisión, eso nadie lo lleva. O epistemología, igual, en qué momento, por qué, cuándo se hace necesario integrar lo técnico, contrastación con las experiencias profesionales, es muy distinto simular universitariamente una situación. ¿Cuáles son los ejes?, sería la cuestión central. Las seriaciones deberían tener detrás un eje, porque de todas maneras el tiempo pasa.

Quizá lo que convenga es hacer un corto circuito con la maestría de comunicación del ITESO, y hay dos materias seriadas pero no están seriadas, están armadas en paralelo, son como dos iguales y el supuesto es que da igual tomar la 2 primero, y siempre la dos que tiene la misma estructura de la primera es más ligera. Si cambia la perspectiva por el contenido. Y la segunda es más fácil que la primera porque ya conoces la estructura.

Armamos una puerta de entrada de entrada de salida, seminarios de comunicación para poner el mapa de entrada, el índice del libro, la verdadera introducción es la del final, ya se acabaron las clases, la introducción a la universidad es muy necesaria, hay algo que te haga ver que ya no estras emprera (a los estudiantes).

El jugar con las implicaciones de jugar con el plan curricular es interesante porque los estudiantes no son conscientes de que esta segmentada, se empiezan a enterar desde el principio, tiene que haber un eje que se pueda explicitar para poderlo prometer y comprometer, cuando terminen en el semestre sabrán tal cosa. Ese referente para darle la escalera, es fuerte, y hay otras razones más administrativas que se pueden respaldar, la tendencia es a especificar las unidades más y que sean autocontenidas. Pero a veces en concreto causa más problemas.

Dr. Manríquez: Con relación a mi pregunta si existe la posibilidad de que cambie, si hay apoyo, pero se deben comprometer con cosas que garanticen cosas que darán resultados, porque después van a entrar en procesos de acreditación. Existen todas las posibilidades, incluso a partir de que justifiquen las cosas nuevas, y de ello, es que los apoyos se van a dar. Tenemos ambiente abierto a lo que las unidades académicas propongan y con lo que marcan otros proyectos. Yo veo aquí un campo muy fértil para trabajar. Si esa discusión con la que defendieron un plan distintito, no se hubiera hecho, otra cosa sería.

David: ¿Qué sugerencias harías para pensar en las dimensiones que dinamice este enfoque sistémico? ¿Cómo dinamizar? Alargando el diseño.

Raúl: Me es difícil porque a lo que me remite es a anécdotas, a conjuntos de circunstancias particulares en donde resulta muy estimulante para mucha gente para muchos lados y otras muy desestimulante, pero por un conjunto de circunstancias, no te podría responder más que con casos que no vienen al caso, es importantísimo el liderazgo sensible de alguien, quien sea. Sensibilidad para creer que ahorita se dan las circunstancias como para ver que sucede. Qué fue lo que pasó para que esto funcionara bien. La mayor parte de las veces son circunstancias las que hacen que se dinamice el proceso, que vayan más allá de lo que cada quien tiene que hacer, tener un poco de control sabiendo qué es lo que pasa sería una manera de acercarse a eso. Sensibilidad que a alguien se le ocurra. Creo que por ahí, siento, no sé, no podría dar una respuesta más armada. Lo cual en términos de comunicación nos regresa a una cosa muy elemental que es que las interacciones situadas son mucho más complejas que el intercambio de estímulos o los programas de acción por más estratégicos que sean, hay muchas otras dimensiones y los procesos de producción de sentido van más allá. Entonces la comunicación es una cosa de eficiencias, sino de milagro, de cuando nos entendamos, en esa perspectiva, pasar de ahí a la programación profesional es largo trecho.

Ángela: Los dos días de trabajo han sido muy ilustrativos y lo que nos hace falta es trabajar, retomar la información del diagnóstico y trabajar los ejes, regresarnos al mapa curricular, las competencias, este ir y volver, eso nos urge. También la claridad de que no hay modelos a seguir y que estamos nosotros mismos en un nivel de proceso, es primera vez que nos enfrentamos a esto. Tenemos que visualizarnos y soñar con ser una opción concreta en el noroeste, lo rico de esto es comprendernos a nosotros mismos en proceso de los errores, la práctica.

Segundo, la dimensión de los obstáculos es algo que en este proceso de nosotros 4, nos hemos visto en situaciones difíciles sin saber como resolver ahí, para dimensionar, llevarlos bien con esa sensibilidad y hay que buscar la manera de ir comentando, convenciendo a los demás, pero el reto para mí ya lo veo como en la dimensión y va estar en todo proceso de cambio, lo demás nos queda a entrarle al trabajo y nos gustaría que siguieras orientándonos en este siguiente paso, por lo demás estoy agradecida que vengas a compartir tu experiencia, muchas gracias.

Raúl: Mis necesidades y mis sesgos tienen una condición, no es ni siquiera el edo. de la cuestión, es una perspectiva que me interesa compartir si no es así me cuesta mucho trabajo, me puedo poner etiqueta de experto, pero no me gusta. Lo que a mí me satisface más es esa posibilidad de encontrar algunos puntos de coincidencia en algo y yo aprendo mucho simplemente de decir que cara ponen cuando digo tal cosa, ya, a partir de ahí. Lo hago con mucho gusto e interés, no ando ofreciendo mis servicios de consultor, pero si aceptar invitaciones cuando puedo, entonces yo lo agradezco mucho porque el mínimo es que a la hora que pudiste hablar, no puedes. Te das cuenta de muchas cosas también, de cuales son las cosas más fuertes y más débiles. Me gusta como lo dices, igual de agradecido.

Héctor: la invitación abierta a seguir charlando, la esencia es el intercambio de ideas.

Gerardo: Yo rescato que nos colocaste muy bien, en el rumbo y dirección para pensar a la comunicación en estos tiempos en el campo de estudio y ahí es donde creo que van a salir muchas dudas. Doblemente gracias.

Anexo 2

Universidad Autónoma de Baja California Escuela de Humanidades/Licenciatura en comunicación

Diagnóstico para revisión de plan de estudios

Cuestionario para egresados

DATOS PERSONALES			
1. Nombre		2. Matrícula ___/____	
3. Edad ___ años		4. Género: F M	
5. Estado civil:			
Soltero		Divorciado	
Casado		Unión libre	
		Viudo	
		Otro, especificar:	
6. Periodo de ingreso: Año Semestre 1 2			
7. Periodo de egreso: Año Semestre 1 2			
8. Titulado: Sí No			
9. Señalar opción de titulación elegida:			
Examen general de conocimientos		Tesis	
Promedio		Unidad audiovisual	
Experiencia profesional		Mérito escolar	

INFORMACIÓN LABORAL

10. ¿Trabajó usted durante el último año de estudios de licenciatura?	Sí	No
<i>(En caso negativo pase a la pregunta 20)</i>		

11. Número de horas dedicadas semanalmente al trabajo:	Hrs.
--	------

12. Señale el tipo de contratación que usted tenía:			
Temporal	Por proyecto determinado	Por tiempo indeterminado	
Por honorarios	Otro, especifique		

13. ¿Qué puesto ocupaba?

14. ¿Se relacionaba su trabajo con su carrera?	Sí	No
<i>(En caso negativo pase a la pregunta 18)</i>		

15. En caso afirmativo describa las actividades realizadas	a.
	b.
	c.
	d.
	e.

16. ¿En qué medida la formación escolar contribuyó a las actividades mencionadas?				
0%	25%	50%	75%	100%
<i>(Si contesto 0% pase a la pregunta 18)</i>				

17. En caso de contestar 25% o más indique en qué área de la comunicación se desempeñaba:			
Nuevas tecnologías en comunicación (multimedia, internet, realidad virtual, comunicación vía satélite, fibra óptica, hipertexto, redes de computadora, etc.)	Computación	Comunicación organizacional	
Radio	Televisión	Cine	
Prensa	Mercadotecnia	Publicidad y diseño gráfico	
Promoción	Docencia	Investigación (señalar opción abajo)	
		Investigación de mercados	Estudios de opinión
		Investigación académica	Estudios de audiencia
Otra, especifique			

18. ¿Al egresar continuó con el mismo empleo? Si No
(En caso negativo pase a la pregunta 20)

19. Si respondió afirmativamente, ¿continuó con las mismas condiciones laborales? Si No

20. Al egreso, ¿cuánto tiempo tardó en encontrar trabajo? Años meses

21. Señale el tipo de contratación que usted tenía:

Temporal	Por proyecto determinado	Por tiempo indeterminado
Por honorarios	Otro, especifique	

22. ¿Qué puesto ocupaba?

23. ¿Coincidió su trabajo con los estudios de licenciatura? Si No
(En caso negativo, pasar a la pregunta 35)

24. En caso afirmativo describa las actividades realizadas durante su trabajo	a.
b.	c.
d.	e.

25. ¿En qué medida la formación escolar contribuyó a las actividades mencionadas?

0%	25%	50%	75%	100%
----	-----	-----	-----	------

26. En caso de contestar 25% o más indique en qué área de la comunicación se desempeñaba:			
Nuevas tecnologías en comunicación (multimedia, internet, realidad virtual, comunicación vía satélite, fibra óptica, hipertexto, redes de computadora, etc.)	Computación	Comunicación organizacional	
Radio	Televisión	Cine	
Prensa	Mercadotecnia	Publicidad y diseño gráfico	
Promoción	Docencia	Investigación (señalar opción abajo)	
		Investigación de mercados	Estudios de opinión
		Investigación académica	Estudios de audiencia
Otra, especifique			

27. ¿Cómo consiguió su primer trabajo?			
Anuncio clasificado		Recomendación de un amigo de licenciatura	
Recomendación de un amigo o familiar		Invitación expresa de una institución o empresa	
Bolsa de trabajo		Creación de un negocio propio especifique cuál	
Otro, especifique			

28. Después del egreso, ¿cuánto tiempo estuvo en su primer trabajo?	Años	meses
--	------	-------

29. Cuando consiguió su primer trabajo, ¿cuál de los siguientes factores fue el más determinante para ser contratado? Califique de 1 a 5 otorgando 1 a la máxima calificación							
Prestigio de la UABC		Prestigio de la carrera		Conocimientos adquiridos		Estar titulado	
Experiencia profesional previa		Cotización de trabajo o servicios		Aprobar los exámenes de selección			
Disponibilidad de horario		No estar titulado		Coincidencia de la carrera con necesidades de la empresa			
Pasar una entrevista formal		Edad		Género		Estado civil	
				Otro, especifique			

30. En caso de ser empleado, ¿cuántos y cuáles empleos ha tenido desde su egreso hasta hoy?	
a.	b.
c.	d.

31. En caso de que haya iniciado su propia empresa, ¿continúa funcionando?	
a. Sí	¿desde qué fecha?
b. No	Por cuánto tiempo funcionó: Años meses

32. Si usted ha cambiado de empleo en más de una ocasión, ¿qué factores han propiciado dicho cambio? califique de 1 a 5 otorgando, 1 a la máxima calificación							
Recorte de personal		Bajo sueldo		Pocas posibilidades de ascenso		Poco reconocimiento a la labor	
Cambio de lugar de residencia		Cierre de la empresa		Mejores ofertas de trabajo			
Competencia laboral más calificada		Reestructuración de la empresa		Insolvencia de presupuesto			
Conflictos interpersonales		Tipo de contratación que se tenía		Horarios de trabajo			
Poca relación de las actividades realizadas con la formación recibida		Cambio de expectativas					
Falta de prestaciones		Otros, especifique					

33. ¿Cuál ha sido el mayor tiempo que ha durado en un empleo o trabajo?	Años	meses
--	------	-------

34. ¿A qué le atribuye su permanencia? Califique de 1 a 5, siendo 1 la mayor calificación:							
Por prestaciones		Sueldo		Satisfacción personal		Buen clima de trabajo	
Flexibilidad horaria		Tipo de contratación		Realización de diversas tareas			
Afinidad de la formación académica con las tareas realizadas		Reconocimiento a su trabajo					
Competitividad laboral		Otro, especifique					

35. ¿Trabaja usted actualmente?	Sí	No
<i>(En caso negativo, pase a la pregunta 49)</i>		

36. En caso afirmativo?	a. ¿en qué institución labora
	b. ¿qué funciones desempeña?

37. Indique en qué área de la comunicación se desempeña:			
Nuevas tecnologías en comunicación (multimedia, internet, realidad virtual, comunicación vía satélite, fibra óptica, hipertexto, redes de computadora, etc.)	Computación	Comunicación organizacional	
Radio	Televisión	Cine	
Prensa	Mercadotecnia	Publicidad y diseño gráfico	
Promoción	Docencia	Investigación (<i>señalar opción abajo</i>)	
		Investigación de mercados	Estudios de opinión
		Investigación académica	Estudios de audiencia

Otra, especifique

(Si respondió ninguna, pase a la pregunta 56)

38. Mencione las tres actividades que realiza con más frecuencia en su trabajo:	

39. En la toma de decisiones o solución de problemas, se considera que normalmente:			
Puede consultar	Debe consultar	Debe decidir por sí mismo	

40. Marque con una "X" el apartado que más corresponda al nivel de supervisión que recibe en su trabajo:	
Todo el trabajo lo hago bajo supervisión directa y sobre instrucciones específicas de mi jefe inmediato.	
La mayoría del trabajo lo hago bajo supervisión inmediata; algunas tareas pueden ser desempeñadas sin supervisión.	
Solamente una mínima parte del trabajo lo hago bajo supervisión inmediata; la mayoría lo realizo bajo supervisión general, apoyándome en procesos establecidos.	
Ningún trabajo regular lo hago bajo supervisión inmediata; una pequeña porción del trabajo lo hago bajo supervisión general; la mayoría del trabajo lo ejecuto inmediatamente bajo supervisión ocasional.	
No recibo supervisión, excepto la consideración de políticas generales y ocasionalmente métodos generales.	

41. ¿Cuál es su ingreso neto actualmente? _____ pesos/mes

42. Señale el tipo de contratación que usted tiene:			
Temporal	Por proyecto determinado	Por tiempo indeterminado	
Por honorarios	Otro, especifique		

43. ¿Cómo desempeña su trabajo?	En equipo	Individualmente	
--	-----------	-----------------	--

44. Califique de 1 a 6 la gratificación en su ejercicio profesional respecto a los siguientes aspectos							
Aspecto	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
Autonomía de decisión							
Conocimientos adquiridos							
Desarrollo profesional							
Estabilidad laboral							
Funciones que ejerce							
Remuneración económica							

(1) Muy gratificado, (2) Gratificado, (3) Regular, (4) Poco gratificado, (5) Nada Gratificado, (6) No responde

45. Indique el giro de la institución donde labora actualmente:											
Educación	Gobierno	Prensa	Servicios	Comercio	Televisión/cable	Radio					
Cine	Industria editorial	Industria	Casa productora	Otros, especifique							

46. Califique de 1 a 5 los conocimientos requeridos para el desempeño de su trabajo actual, otorgando 1 a la mayor calificación:										
Computación	Medios de comunicación	Administración, contabilidad y finanzas	Mercadotecnia							
Conocimientos teóricos de la comunicación			Uso de nuevas tecnologías	Publicidad y diseño gráfico						
Diseño editorial	Comunicación organizacional	Relaciones públicas	Otro, especifique							

47. Califique de 1 a 5 las habilidades requeridas para el desempeño de su trabajo actual, otorgando 1 a la mayor calificación:										
Analizar	Manejar de información	Creatividad	Discriminar información							
Redactar	Buscar información	Estructurar ideas	Identificar problemas							
Integrar teoría y práctica	Argumentar propuestas	Resolver de problemas	Comunicación oral							
Relacionar características del entorno para diagnosticar problemas				Comunicación escrita						
Plantear proyectos	Elaborar diagnósticos	Otras, especifique								

48. Califique las actitudes requeridas para el desempeño de su trabajo actual, otorgando 1 a la mayor calificación:										
Liderazgo	Responsabilidad	Innovación y creatividad								
Compromiso con su entorno	Facilidad para trabajar en equipo	Propositivo								
Honestidad	Imparcialidad	Orden	Otros, especifique							

49. Señale el área en la cual recibió una mayor formación durante sus estudios de licenciatura:										
Prácticas: De laboratorio	De campo	Enseñanza de técnicas de la carrera								
Talleres	Enseñanza teórica	Enseñanza metodológica								
Enseñanza de matemáticas y estadísticas										
Otra, especifique										

50. A partir de su formación académica, ¿cuál es el área de mayor eficiencia en su desempeño laboral?										
Enseñanza teórica	Enseñanza metodológica	Enseñanza de matemáticas y estadísticas								
Enseñanza de técnicas de la carrera		Prácticas: De laboratorio	De campo							
Habilidad para la búsqueda de información		Talleres	Capacidad para aplicar los conocimientos							
Capacidad analítica y lógica		Conocimientos técnicos de la disciplina								
Capacidad para la identificación y solución de problemas			Habilidad para el manejo de métodos y técnicas							
Otra, especifique										

51. A partir de su formación académica, ¿cuál es el área de mayor deficiencia en su desempeño laboral?					
Enseñanza teórica		Enseñanza metodológica		Enseñanza de matemáticas y estadísticas	
Enseñanza de técnicas de la carrera		Prácticas: De laboratorio		De campo	
Habilidad para la búsqueda de información		Talleres		Capacidad para aplicar los conocimientos	
Capacidad analítica y lógica		Conocimientos técnicos de la disciplina			
Capacidad para la identificación y solución de problemas			Habilidad para el manejo de métodos y técnicas		
Otra, especifique					

52. Desde su experiencia laboral ¿Cuáles son las tres áreas de la comunicación que usted identifica en el campo laboral local?	
a	
b	
c.	

53. ¿Cuáles son las nuevas áreas de trabajo de la comunicación que usted identifica en la localidad?	
a	
b	
c.	

54. En esas nuevas áreas de trabajo, ¿qué conocimientos, habilidades y actitudes serían requeridas? Califique de 1 a 5, otorgando 1 a la mayor calificación:

Calif.	Conocimientos
	Computación
	Medios de comunicación
	Administración, contabilidad y finanzas
	Mercadotecnia
	Conocimientos teóricos de comunicación
	Uso de nuevas tecnologías
	Publicidad y diseño gráfico
	Comunicación organizacional
	Relaciones públicas
	Diseño editorial
	Otro, especifique

Calif.	Habilidades
	Análisis
	Manejo de información
	Creatividad
	Redactar informes
	Discriminar información
	Buscar información
	Estructurar ideas
	Identificar problemas
	Integrar teoría y práctica
	Argumentar propuestas
	Resolución de problemas
	Relacionar características del entorno para diagnosticar problemas
	Plantear proyectos
	Elaboración de diagnósticos
	Comunicación oral
	Comunicación escrita
	Otras, especifique

Calif.	Actitudes
	Liderazgo
	Facilidad para trabajar en equipo
	Responsabilidad
	Innovación y creatividad
	Propositivo
	Compromiso con su entorno
	Honestidad
	Imparcialidad
	Orden
	Otros, especifique

55. ¿Considera que para estas nuevas tendencias laborales se requiere que el comunicólogo sea competente para:			
a. Diagnosticar problemas de comunicación	Sí		No
b. Diseñar estrategias de solución			
c. Aplicar estrategias de solución			

56. En los trabajos donde se ha desempeñado,			
¿ha sido necesario complementar su formación con otros estudios aparte de la licenciatura?	Sí		No

57. Si ha realizado otros estudios, indicar cuáles:			
Curso de titulación	Diplomado	Postgrado	Especialización
Maestría	Doctorado	Posdoctorado	Otros cursos de capacitación , especifique

58. Especificar el área del estudio realizado e indicar en qué institución

59. En los trabajos donde se ha desempeñado,			
¿se le ha promovido para complementar sus estudios de licenciatura con formación académica?	Sí		No

¡Gracias por su colaboración y apoyo!

Cualquier duda dirigirse a la Coordinación de la Carrera de Comunicación o comunicarse al 6 82 19 19 ext. 123 con el Mtro. David González Hernández

ANEXO 3

Licenciatura en Comunicación Rediseño curricular Guía de entrevista para empleadores

Nombre

entrevistado _____ Puesto: _____

Formación _____ Tiempo en el puesto _____

Empresa/Institución: _____ Fecha entrevista:

Hora de inicio: _____ Hora de terminación: _____

1. ¿Cuántos egresados de la licenciatura en comunicación laboran dentro de la empresa? 2. ¿Cuántos son de la UABC?

3. ¿En qué áreas dentro de la empresa se ubican los egresados de la carrera de comunicación?

4. ¿Qué problemáticas concretas suele resolver un profesional de la comunicación según las áreas en las que se desempeñan dentro de la empresa?

5. ¿Cuando la empresa contrata un egresado de la licenciatura en comunicación qué aspectos suele tomar en consideración?

6. En el caso de los egresados de la carrera de comunicación de la UABC ¿Por qué los contratan?

7. ¿Qué conocimientos en su opinión requiere tener un egresado de la licenciatura en comunicación para desempeñarse en su ejercicio profesional dentro de la empresa o institución?

8. ¿Qué requiere saber hacer un egresado de la licenciatura en comunicación para desempeñarse en su ejercicio profesional dentro de la empresa o institución?

9. ¿Qué cualidades profesionales y personales debe tener un egresado de la licenciatura en comunicación para desempeñarse en su ejercicio profesional dentro de la empresa o institución?

10.¿Considera usted que la formación profesional de un comunicador corresponde a un adecuado desempeño profesional según las necesidades de la empresa?

11. En la resolución de necesidades o problemas dentro de la empresa, ¿cuáles ventajas le ofrece un egresado de la licenciatura en comunicación comparado con los egresados de otras carreras?

12 En la resolución de necesidades dentro de la empresa, ¿cuáles serían las posibles desventajas que en su opinión tiene un egresado de la licenciatura en comunicación comparado con los egresados de otras carreras?

13.¿Qué ventajas le ofrece un egresado de la carrera de comunicación de la UABC respecto a los egresados de la carrera de comunicación de otras universidades en la resolución de problemas dentro de las distintas áreas de la empresa? ¿Y las desventajas?

14.A partir de su experiencia como empleador, ¿además de las tareas específicas que realiza un egresado de la carrera de comunicación dentro de su empresa conoce algunas otras áreas o funciones en las cuales un comunicólogo se pudiera desempeñar?

15.¿Cuál es su percepción de los egresados de la carrera en comunicación?

16. ¿Cómo valora en términos generales a la carrera de comunicación?

17. Por último, ¿podría darnos su opinión o valoración sobre los egresados de la carrera de comunicación de la UABC? ¿Cuáles considera son sus fortalezas y debilidades?

Realizó: Héctor Jaime Macías Rodríguez

Guía para la interpretación y el procesamiento de las entrevistas a empleadores

La presente tabla constituye una guía para llevar a cabo el procesamiento de los datos obtenidos a través de las entrevistas con empleadores de egresados de la carrera de comunicación en la localidad de Tijuana.

El diseño de dicha tabla consta de cuatro columnas. En la primera de ellas se indican las variables que se contemplaron a través de la guía de entrevista. Si se abordó alguna otra variable no indicada en la guía original favor de incluirla al final señalando cuál es.

En la segunda columna se propone indicar los datos obtenidos en la entrevista según la variable abordada, enfatizando las ideas centrales proporcionadas por los entrevistados. En caso de no haber obtenido respuesta en alguna de estas variables favor de señalar en la columna datos la razón (por ej. “no se abordó” “no respondió”)

La columna número tres está destinada para transcribir las expresiones más sobresalientes de los entrevistados que ilustren los datos proporcionados.

En la última columna se solicita hacer una breve interpretación tanto de los datos obtenidos en cada una de las variables como de las expresiones más sobresalientes con el propósito de...

Por último en la parte inferior de la guía se propone integrar tanto las observaciones realizadas a lo largo de la entrevista como una interpretación general que pueda resumir el principal sentido otorgado por el entrevistado al ejercicio profesional de los egresados de la carrera de comunicación que laboren en dicha empresa o institución.

Variable	Datos	Expresiones sobresalientes	Interpretación de los datos
Egresados de la licenciatura en comunicación que laboran en la empresa		No aplica	No aplica
Egresados de la carrera de comunicación de la UABC		No aplica	No aplica
Aspectos considerados para contratación			
Motivos por los que contratan a un egresado de la carrera de la UABC			
Problemas que resuelve un profesional en la empresa			
Conocimientos requeridos para el desempeño profesional			
Habilidades requeridas para el desempeño profesional			
Actitudes para el desempeño profesional			
Correspondencia entre formación y requerimientos del trabajo			
Ventajas de un egresado de la carrera frente a otros profesionales			
Desventajas de un egresado de la carrera frente a otros profesionales			
Ventajas de un egresado de la UABC			
Desventajas de un egresado de la UABC			
Identificación de áreas emergentes			
Valoración general de la carrera			
Valoración de egresado de UABC			
Otras variables surgidas en la entrevista (incluirlas y especificar)			

Anexo 4

Diseño de grupo de discusión

Fase de diagnóstico: Alumnos. Estudio cualitativo. Paquete tecnológico: Sesión de grupo.

Grupo objetivo: estudiantes de la carrera de comunicación.

Objetivo: Conocer, desde la condición como alumnado, la experiencia, percepción y valoración de la Plan de Estudios actual, entre otros servicios educativos, en relación a su formación académica.

No. sesión	Características De informantes	Semestre	Género	Edad
1	Alumnos de Comunicación	6° ó 7° u 8°	H/M	20- 23

Guía de tópicos para la sesión:

No	Categoría	Tópicos a explorar
1	Escuela de Humanidades y carrera de comunicación en la UABC.	-Percepción de Escuela de Humanidades -Razones de estudiar Comunicación
2	Etapa básica (EB)	-Experiencia y percepción de la EB
3	Formación por perfiles	-Experiencia con áreas de carrera curriculares (list -Experiencia con perfiles ofrecidos
4	Funcionamiento de Plan Curricular Flexible	-Experiencia y percepción con plan curricular -Ubicación de conocimientos aprendidos en la carrera -Ubicación de habilidades aprendidas en la carrera -Ubicación de aptitudes aprendidas en la carrera -Conocimientos deseados en la carrera -Habilidades deseadas en la carrera -Aptitudes deseadas en la carrera -Experiencia y percepción entre formación teórica y práctica -Experiencia con optativas en Plan Flexible
5	Relación currícula con campo profesional	-Percepción de la articulación de lo aprendido -Percepción del campo profesional
6	Educación desde el constructivismo	-Percepción de aprendizaje centrado en el alumno -Percepción de aprendizaje centrado en competencias -Percepción de nuevo modelo enseñanza-aprendizaje
7	Cuerpo académico	-Percepción de planta de profesores de tiempo -Percepción de profesores de asignatura -Percepción de instrumento para evaluar semestralmente
8	Servicio social y Prácticas profesionales	-Experiencia y percepción sobre servicio social -Experiencia y percepción sobre prácticas profesionales y su vínculo con la formación
9	Actividades extracurriculares	-Percepción y experiencia sobre actividades extracurriculares (MAPEO)

Realizó: Gerardo León Barrios

Anexo 5

"Taller a Futuro: reflexiones docentes "

Descripción: Para generar información sobre las ideas y afirmaciones sobre el quehacer docente con relación al Plan de Estudios Vigente y su implementación universitaria resulta necesario trabajar con la técnica de Taller a Futuro.

El Taller a Futuro es una propuesta desarrollada por Klaus B. Jensen que contempla el estudio de los públicos y agentes no sólo en su ámbito de consumo sino político y cultural. Agentes (como en este caso docentes) que comparte intereses sobre cómo interpretar y organizar de manera específica algunos aspectos sobre las instituciones donde se ven involucrados. En la cuestión interpretativa no se trata de criticar hechos sino de explicitar el estado de las cosas y posibles potencialidades a futuro que se pueden producir: una forma de conocimiento producido que se presta a que los sujetos hagan uso social y político de ella.

En suma, el Taller a futuro es, primeramente, un foro de reflexividad social donde todos los integrantes (por lo regular cinco) son iguales, con mismas posibilidades de participar activamente debido al poder que se les otorga. Los talleres a futuro consisten en un proceso de interacción grupal que examina un tema general como conjunto

Objetivo: Conocer formulaciones docentes sobre su práctica con relación al Plan de Estudios Vigente que permita:

- Analizar las caracterizaciones positivas y negativas (reconceptualizaciones) del Plan de Estudios y de la práctica docente.
- Identificar propuestas a futuro (formulaciones) concretas de los participantes sobre el Plan de Estudios en general y la práctica docente en particular.

Metodología: El taller consta de tres fases: crítico, utópico y acción. La primera fase es una ronda que abre la sesión a toda clase de críticas sobre el tema

propuesto. El líder, que funge como maestro de ceremonias, apunta en un cartel las palabras de los participantes, que coloca en las paredes de la sala de reuniones, donde permanece a la vista durante la sesión. En esta fase, al igual que en la segunda, se habla por turno y de manera breve, sin entrar al debate.

La segunda fase se denomina como “utópica” porque se proponen soluciones a las principales críticas imaginando aspectos ideales. Esta reconsideración de las críticas se formula en términos positivos, sin entrar en debates.

En la tercera fase las personas evalúan, por medio de debate, las posibles formas de acción. Es un debate específico de los medios en relación con los fines, es decir, finalmente las soluciones propuestas idealmente conducen a una discusión.

Realizó: Mtro. David González Hernández

ANEXO 6

Departamento de Desarrollo Curricular

Grandes Problemas

1. Para el desarrollo de este formato se recomienda considerar los resultados del diagnóstico realizado.

PROBLEMÁTICAS	COMPETENCIA GENERAL	ÁMBITOS
1. Dificultad para identificar los procesos de comunicación existentes en el contexto social, cultural, político, económico e histórico, así como las problemáticas comunicacionales asociadas a dichos procesos.	Identificar procesos y problemáticas de comunicación articulando información de la realidad social, política, cultural, económica e histórica en distintos ámbitos y niveles del entorno, utilizando diversas herramientas teórico-metodológicas propias de las ciencias sociales para su análisis.	Interpersonales, grupales, mediáticos, organizacionales institucionales, fronterizos en lo regional, local, nacional y global así como en el entorno social, político, cultural, económico e histórico
2. Al comunicólogo se le dificulta proponer soluciones a problemas comunicacionales debido a la falta de articulación de sus recursos (conocimientos, habilidades y actitudes) para enfrentarse a las transformaciones del campo profesional.	Proponer estrategias de solución a problemas de comunicación, articulando los conocimientos, habilidades y actitudes propias de la disciplina, de manera innovadora que impulsen el desarrollo e impacto social de la organización donde participa.	Organizaciones (gubernamentales, no gubernamentales o de la iniciativa privada) en entornos socioculturales nacionales, regionales, fronterizos y locales.
3. Al comunicólogo se le dificulta resolver problemas de comunicación lo cual lo hace participar limitadamente en el ámbito profesional.	Resolver problemas de comunicación en diferentes ámbitos profesionales, integrándose a grupos multidisciplinarios utilizando los recursos teórico-metodológicos propios de las ciencias sociales, a fin de contribuir al desarrollo social considerando las dinámicas del entorno transfronterizo.	Organizaciones gubernamentales, no gubernamentales o de la iniciativa privada en el ámbito local, regional fronterizo.

2. Identificación de las competencias específicas que integran cada competencia general.

COMPETENCIA GENERAL	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
<p>1. Identificar procesos y problemáticas de comunicación articulando información de la realidad social, política, cultural, económica e histórica en distintos ámbitos y niveles del entorno, utilizando diversas herramientas teórico-metodológicas propias de las ciencias sociales para su análisis.</p>	<p>1.1. Identificar de manera crítica las fuentes y recursos de información para obtener y generar datos sobre el entorno social, político, cultural, económico e histórico, utilizando diversas técnicas de documentación.</p> <p>1.2. Jerarquizar de manera sistemática información del entorno social, cultural, político, económico e histórico para ponderar crítica y objetivamente su impacto en el problema comunicacional que se busca resolver.</p> <p>1.3. Fundamentar los problemas comunicacionales a la luz de las herramientas teórico-metodológicas de las ciencias sociales para dimensionarlos en función de procesos sociales.</p>
<p>2. Proponer estrategias de solución a problemas de comunicación, articulando los conocimientos, habilidades y actitudes propias de la disciplina, de manera innovadora que impulsen el desarrollo e impacto social de la organización donde participa.</p>	<p>2.1. Diagnosticar las problemáticas de comunicación existentes en los procesos de intercambio y producción de sentido articulando los esquemas teórico-analíticos propios de las ciencias sociales conforme a las necesidades del entorno sociocultural y organizacional para proyectar alternativas de solución.</p> <p>2.2. Diagnosticar problemáticas comunicacionales y de producción de sentido dimensionándolas a las necesidades y características propias de la organización donde participa para proyectar alternativas de solución congruentes con los objetivos de ésta.</p> <p>2.3. Interpretar información haciendo uso de los conocimientos, habilidades y actitudes propias de su formación para generar líneas de acción que apoyen la solución de los problemas o su mejoramiento, considerando las dinámicas sociales del ámbito de intervención.</p>

	<p>2.4. Diseñar estrategias de comunicación integrándose a grupos multidisciplinares, valorando las posibles formas, necesidades y ámbitos de intervención en la resolución creativa de problemáticas o mejoramiento de situaciones comunicacionales, tomando en consideración tanto los recursos existentes como su posible impacto.</p>
<p>3. Resolver problemas de comunicación en diferentes ámbitos profesionales, integrándose a grupos multidisciplinares utilizando los recursos teórico-metodológicos propios de las ciencias sociales, a fin de contribuir al desarrollo social considerando las dinámicas del entorno transfronterizo.</p>	<p>3.1. Planear la aplicación de estrategias de comunicación considerando la realidad transfronteriza, los recursos humanos, materiales y financieros existentes, así como los requeridos, coordinando grupos multidisciplinares para lograr la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.</p> <p>3.2 Aplicar estrategias de comunicación a partir del diagnóstico, implementando de manera innovadora recursos propios de la comunicación para resolver las problemáticas identificadas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.</p> <p>3.3. Evaluar con sentido crítico y de manera sistemática la aplicación de estrategias comunicacionales y sus resultados, con el fin de apoyar la toma de decisiones en la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.</p>

3. Análisis de Competencias:

Competencia General:	1. Identificar procesos y problemáticas de comunicación articulando información de la realidad social, política, cultural, económica e histórica en distintos ámbitos y niveles del entorno, utilizando diversas herramientas teórico-metodológicas propias de las ciencias sociales para su análisis.		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
1.1. Identificar de manera crítica las fuentes y recursos de información para obtener datos sobre el entorno social, político, cultural, económico e histórico, utilizando diversas técnicas de documentación.	Español y segundo idioma. Técnicas de lectura. Paquetería de cómputo Métodos y técnicas de investigación documental. Tipos de fuentes, redes y sistemas de información (oral, documental, cibernético, audiovisual)	Lectura de comprensión en español y en un segundo idioma. Manejo de nuevas tecnologías y paquetería para investigación en ciencias sociales. Elaborar fichas de trabajo y fichas bibliográficas. Interpretación de datos Pensamiento convergente y divergente. Discriminar fuentes y recursos de información.	Compromiso social. Ordenado. Sensibilidad hacia la investigación. Actitud crítica. Autoaprendizaje. Disciplinado. Trabajo en equipo disciplinario e interdisciplinario. Objetividad en selección de fuentes y recursos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
<p>1.2. Jerarquizar de manera sistemática información del entorno social, cultural, político, económico e histórico para ponderar crítica y objetivamente su impacto en el problema comunicacional que se busca resolver.</p>	<p>Español y segundo idioma Técnicas de estudio y de redacción Características de datos cuantitativos y cualitativos. Paquetería para análisis estadístico y datos cualitativos. Teorías micro y macro socioculturales Teorías de la comunicación Industrias culturales Globalización, región y frontera Estructura gubernamental y funciones de sus instituciones. Historia mundial del siglo XX y XXI Historia de México del siglo XX y XXI y sus fronteras Historia contemporánea de Estados Unidos Indicadores socioeconómicos y sociodemográficos</p>	<p>Manejo de un segundo idioma Manejo de técnicas de estudio Redacción de informes Interpretar, esquematizar, y graficar datos cualitativos y cuantitativos Correlacionar datos. Discriminar información. Análisis sociohistórico y sociocultural Manejo de paquetería Pensamiento deductivo e inductivo Capacidad de abstracción y síntesis Trabajo en equipo Socializar información</p>	<p>Discreción en el manejo de información. Objetividad en el manejo de información. Ético en el manejo de información. Disposición al cambio Compromiso social Disciplinado Ordenado Disposición para el trabajo disciplinario e interdisciplinario</p>

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
<p>1.3. Fundamentar los problemas comunicacionales a la luz de las herramientas teórico-metodológicas de las ciencias sociales para dimensionarlos en función de procesos sociales.</p>	<p>Español y segundo idioma Técnicas de estudio y de redacción Técnicas grupales Paquetería de cómputo Características de datos cuantitativos y cualitativos Métodos y técnicas de investigación documental. Epistemología de las ciencias sociales y la comunicación Tipos de fuentes, redes y sistemas de información (oral, documental, cibernético, audiovisual) Técnicas de investigación social (cualitativas y cuantitativas) Teorías micro y macro socioculturales Teoría de los medios Teorías de la comunicación Historia mundial del siglo XX y XXI Historia de México del siglo XX y XXI y sus fronteras Historia contemporánea de Estados Unidos Indicadores socioeconómicos y sociodemográficos Legislación nacional e internacional vigente</p>	<p>Saber usar información, manejar la información interpretar información Capacidad de argumentación Análisis de información Capacidad de abstracción y síntesis Pensamiento inductivo y deductivo Manejo de paquetería de cómputo y medios informáticos Comunicación oral y escrita Manejo de grupos Interpretar, esquematiza y graficar información Manejo de datos cuantitativos y cualitativos Manejo de la legislación</p>	<p>Creativo Innovador Propositivo Disposición al cambio Ética en el manejo de información y presentación de resultados Objetividad en el manejo de la información Trabajo en equipos disciplinarios, interdisciplinarios y multidisciplinarios Tolerancia Liderazgo Respeto a diferencia de ideas y culturas Perseverancia Disciplinado</p>

Competencia General:	2. Proponer estrategias de solución a problemas de comunicación, articulando los conocimientos, habilidades y actitudes propias de la disciplina, de manera innovadora que impulsen el desarrollo e impacto social de la organización donde participa.		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
2.1. Diagnosticar las problemáticas de comunicación existentes en los procesos de intercambio y producción de sentido articulando los esquemas teórico-analíticos propios de las ciencias sociales conforme a las necesidades del entorno sociocultural y organizacional para proyectar alternativas de solución.	Paquetería de cómputo Características de datos cuantitativos y cualitativos Métodos y técnicas de investigación documental. Tipos de fuentes, redes y sistemas de información (oral, documental, cibernético, audiovisual) Teorías de la comunicación Teoría de los medios Procesos de comunicación Teorías micro y macro socioculturales Teorías de la organización Metodología de la investigación en ciencias sociales Técnicas de investigación en comunicación (fenomenológicas, discursivas y estadística) Historia de México y de la frontera México-Estados Unidos del siglo XX y XXI Indicadores socioeconómicos, socioculturales y sociodemográficos de la región Tijuana-San Diego	Análisis Interpretar datos, procesos y prácticas Jerarquizar ideas Discriminar información Argumentar propuestas Interactuar con diferentes grupos Manejo de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación	Honestidad Disciplina Creatividad Proactivo Pertenencia Compromiso social Propositivo Discreción en el manejo de la información

	Legislación nacional e internacional vigente Fenómenos interculturales		
--	--	--	--

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
<p>2.2. Diagnosticar problemáticas comunicacionales y de producción de sentido dimensionándolas a las necesidades y características propias de la organización donde participa para proyectar alternativas de solución congruentes con los objetivos de ésta.</p>	<p>Paquetería de cómputo Características de datos cuantitativos y cualitativos Métodos y técnicas de investigación documental. Tipos de fuentes, redes y sistemas de información (oral, documental, cibernético, audiovisual) Métodos de planeación estratégica Teorías de la comunicación Procesos de comunicación Teorías micro y macro socioculturales Teoría de los medios Estructura de organizaciones Teorías de la organización Teorías de comunicación organizacional (cultura organizacional, clima organizacional, desarrollo organizacional) Relaciones humanas Teorías de la administración en las organizaciones Metodología de la investigación en ciencias sociales Técnicas de investigación en comunicación (fenomenológicas, discursivas y estadística)</p>	<p>Análisis Comunicación oral y escrita Interpretar datos, procesos y prácticas Jerarquizar ideas Discriminar información, clasificar y sintetizar información Argumentar propuestas Correlacionar información Diseñar y aplicar instrumentos para el diagnóstico Planeación de diagnósticos Interactuar con diferentes grupos Manejo de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación Elaborar y explicar gráficas o modelos</p>	<p>Honesto y discreto en el manejo de información y en la emisión de resultados Liderazgo Disciplina Creatividad Proactivo Pertenencia Compromiso social Propositivo Negociador con las partes Perserverancia para lograr metas Conciliador de antagonismos Objetivo en sus ponderaciones Sensibilidad social Tolerancia</p>

	Indicadores socioeconómicos, socioculturales y sociodemográficos de la región Tijuana-San Diego Legislación nacional e internacional vigente Fenómenos interculturales		
--	--	--	--

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
<p>2.3. Interpretar información haciendo uso de los conocimientos, habilidades y actitudes propias de su formación para generar líneas de acción que apoyen la solución de los problemas o su mejoramiento, considerando las dinámicas sociales del ámbito de intervención.</p>	<p>Metodología de la investigación científica Teorías de la comunicación Teoría de los medios Semiótica y sociosemiótica Análisis argumentativos Análisis del discurso Análisis de contenido Análisis coyuntural Ética de la comunicación Fenómenos interculturales Fenómenos sociales Fenómenos fronterizo y transfronterizo Procesos de comunicación Indicadores socioeconómicos, socioculturales y sociodemográficos de la región Tijuana-San Diego Legislación nacional e internacional vigente Procesos de evaluación Estructura de las organizaciones</p>	<p>Argumentar sus propuestas Creatividad en soluciones Trabajar con grupos disciplinarios o multidisciplinares Trabajar bajo presión Uso adecuado del idioma Interactuar en diversos escenarios y grupos Pensamiento divergente y convergente Pensamiento deductivo e inductivo Expresión oral y escrita</p>	<p>Sensibilidad y compromiso sociales Propositivo Disposición al cambio Proactivo Rigurosidad científica Sentido de pertenencia Adaptabilidad a las situaciones Negociador con las partes Autocrítica</p>

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
<p>2.4. Diseñar estrategias de comunicación integrándose a grupos multidisciplinarios, valorando las posibles formas, necesidades y ámbitos de intervención en la resolución creativa de problemáticas o mejoramiento de situaciones comunicacionales, tomando en consideración tanto los recursos existentes como su posible impacto.</p>	<p>Español normativo y segundo idioma Teorías contemporáneas de comunicación Métodos de planeación estratégica Administración de recursos Análisis coyuntural Ética de la comunicación Fenómenos, sociales, interculturales, multiculturales, fronterizos y transfronterizos Procesos de comunicación Indicadores socioeconómicos, socioculturales y sociodemográficos de la región Tijuana-San Diego Legislación nacional e internacional vigente Procesos de evaluación Teorías de liderazgo y estilos de liderazgo Lenguaje audiovisual e interactivo</p>	<p>Trabajo en grupos disciplinarios y multidisciplinarios Correlacionar información Correlacionar lo teórico con lo práctico Síntesis Pensamiento divergente y convergente Pensamiento deductivo e inductivo Expresión oral y escrita Interactuar en diversos escenarios y grupos Argumentar sus propuestas Planeación Administración</p>	<p>Líder Creativo Innovador Comprometido con su ámbito de acción Respetuoso de las diferencias culturales Tolerante Proactivo Visión prospectiva Disposición al cambio Propositivo</p>

Competencia General:	3. Resolver problemas de comunicación en diferentes ámbitos profesionales, integrándose a grupos multidisciplinares utilizando los recursos teórico-metodológicos propios de las ciencias sociales de manera innovadora, a fin de contribuir al desarrollo social considerando las dinámicas del entorno transfronterizo.		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
3.1. Planear la aplicación de estrategias de comunicación considerando la realidad transfronteriza, los recursos humanos, materiales y financieros existentes, así como los requeridos, coordinando grupos multidisciplinares para lograr la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.	<p>Teorías de la comunicación</p> <p>Procesos de comunicación</p> <p>Teorías micro y macro socioculturales</p> <p>Teoría de los medios</p> <p>Teorías de la organización</p> <p>Teorías de comunicación organizacional (cultura organizacional, clima organizacional, desarrollo organizacional)</p> <p>Relaciones humanas</p> <p>Teorías de la administración en las organizaciones</p> <p>Administración de recursos</p> <p>Estructura de organizaciones</p> <p>Métodos de planeación estratégica</p> <p>Teorías y usos de los medios y sus lenguajes</p> <p>Teorías de liderazgo y estilos de liderazgo</p> <p>Técnicas grupales</p> <p>Fenómenos fronterizos, transfronterizos, interculturales y .multiculturales</p> <p>Indicadores socioeconómicos, socioculturales y sociodemográficos</p>	<p>Análisis de datos</p> <p>Interpretación de datos</p> <p>Interpretar marcos jurídicos</p> <p>Trabajo en grupos disciplinarios y multidisciplinares</p> <p>Correlacionar información</p> <p>Manejo de paquetería de cómputo</p> <p>Manejo de grupos de trabajo</p> <p>Redacción de informes</p> <p>Correlacionar lo teórico con lo práctico</p> <p>Síntesis</p> <p>Pensamiento divergente y convergente</p> <p>Pensamiento deductivo e inductivo</p> <p>Expresión oral y escrita</p> <p>Interactuar en diversos escenarios y grupos</p> <p>Argumentar sus propuestas</p> <p>Planeación</p> <p>Administración y optimización de recursos</p> <p>Contextualizar</p>	<p>Líder</p> <p>Creativo</p> <p>Innovador</p> <p>Comprometido con su ámbito de acción</p> <p>Compromiso con el entorno social</p> <p>Respetuoso de las diferencias culturales</p> <p>Tolerante</p> <p>Proactivo</p> <p>Visión prospectiva</p> <p>Disposición al cambio</p> <p>Propositivo</p> <p>Autoaprendizaje</p> <p>Empático</p>

	<p>de la región Tijuana-San Diego Legislación nacional e internacional vigente Lenguaje audiovisual e interactivo Epistemología de las ciencias sociales y la comunicación Producción audiovisual y multimedia</p>	<p>Autodidactismo Establecer relaciones interpersonales Relación de datos cuantitativos y cualitativos Manejo de tecnología audiovisual Manipulación de equipo especializado</p>	
--	--	--	--

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
<p>3.2 Aplicar estrategias de comunicación a partir del diagnóstico, implementando de manera innovadora recursos propios de la comunicación para resolver las problemáticas identificadas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.</p>	<p>Paquetería de cómputo Características de datos cuantitativos y cualitativos Métodos y técnicas de investigación documental. Teorías de la comunicación Procesos de comunicación Teorías micro y macro socioculturales Teoría de los medios Teorías de la organización Teorías de comunicación organizacional (cultura organizacional, clima organizacional, desarrollo organizacional) Relaciones humanas Teorías de la administración en las organizaciones Administración de recursos Estructura de organizaciones Métodos de planeación estratégica Teorías y usos de los medios y sus lenguajes Teorías de liderazgo y estilos de liderazgo Técnicas grupales Fenómenos fronterizos, transfronterizos, interculturales y .multiculturales Indicadores socioeconómicos,</p>	<p>Manejo de paquetería de cómputo Correlación de información Relación de datos cuantitativos y cualitativos Administración Planeación Establecer relaciones interpersonales Manejo de tecnología audiovisual Manipulación de equipo tecnológico especializado Manejo eficiente de imprevistos Interpretación de datos estadísticos Manejo de grupos disciplinarios y multidisciplinarios Contextualización Trabajo en equipo Interpretación de marcos jurídicos Análisis Autodidactismo Interacción con personas de distintos estratos socioeconómicos</p>	<p>Propositivo Proactivo Sensible al contexto Compromiso con el entorno social Disposición al cambio Respetuoso por las diferencias culturales Innovador Creativo Autoaprendizaje Resolutivo Acertivo Liderazgo Tolerante Etico Empático Objetividad Justo y equitativo</p>

	<p>socioculturales y sociodemográficos de la región Tijuana-San Diego Legislación nacional e internacional vigente Lenguaje audiovisual e interactivo Epistemología de las ciencias sociales y la comunicación Producción audiovisual y multimedia</p>		
--	--	--	--

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CONOCIMIENTOS (SABER)	HABILIDADES (HACER)	ACTITUDES Y VALORES (SER)
<p>3.3. Evaluar con sentido crítico y de manera sistemática la aplicación de estrategias comunicacionales y sus resultados, con el fin de apoyar la toma de decisiones en la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.</p>	<p>Español normativo y segundo idioma. Técnicas de lectura. Paquetería de cómputo Métodos y técnicas de investigación documental. Tipos de fuentes, redes y sistemas de información (oral, documental, cibernético, audiovisual) Técnicas de investigación social (cualitativas y cuantitativas) Teorías de la comunicación Procesos de comunicación Procesos de evaluación Teorías micro y macro socioculturales Teoría de los medios Teorías de la organización Teorías de comunicación organizacional (cultura organizacional, clima organizacional, desarrollo organizacional) Relaciones humanas Teorías de la administración en las organizaciones Administración de recursos Estructura de organizaciones Métodos de planeación estratégica Semiótica y sociosemiótica Análisis argumentativos Análisis del discurso</p>	<p>Manejo correcto del español normativo Manejo de un segundo idioma Expresión oral y escrita Redacta informes Argumenta propuestas Pensamiento divergente y convergente Pensamiento inductivo y deductivo Pensamiento crítico Correlación de información Relación de datos cualitativos y cuantitativos Compara y articula información Manejo de técnicas de investigación documental y social Análisis Administración Trabajo en equipo Manejo de grupos disciplinarios y multidisciplinarios Toma de decisiones Establece relaciones interpersonales Planeación Manejo de tecnología audiovisual</p>	<p>Crítico Propositivo Proactivo Respetuoso de las diferencias culturales Tolerante Tolerancia a la diversidad de opiniones Disposición al cambio Etico Liderazgo Creativo Resolutivo Compromiso con la organización y el entorno social Visión prospectiva Autoaprendizaje Acertivo</p>

	<p> Análisis de contenido Análisis Ética de la comunicación Fenómenos interculturales Fenómenos sociales Fenómenos fronterizo y transfronterizo Teorías y usos de los medios y sus lenguajes Teorías de liderazgo y estilos de liderazgo Técnicas grupales Fenómenos fronterizos, transfronterizos, interculturales y .multiculturales Indicadores socioeconómicos, socioculturales y sociodemográficos de la región Tijuana-San Diego Legislación nacional e internacional vigente Lenguaje audiovisual e interactivo Epistemología de las ciencias sociales y la comunicación Producción audiovisual y multimedia </p>	<p> Manipulación de equipo tecnológico especializado Visión integral Autodidactismo </p>	
--	--	--	--

4. Establecimiento de las evidencias de desempeño:

Identificar procesos y problemáticas de comunicación articulando información de la realidad social, política, cultural, económica e histórica en distintos ámbitos y niveles del entorno, utilizando diversas herramientas teórico-metodológicas propias de las ciencias sociales para su análisis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO (PRODUCTO EVALUABLE)
1.1. Identificar de manera crítica las fuentes y recursos de información para obtener y generar datos sobre el entorno social, político, cultural, económico e histórico, utilizando diversas técnicas de documentación.	Elabora reportes en diferentes formatos resultado de la sistematización documental de la información del entorno social, político, cultural, económico e histórico considerando bibliografía, hemerografía, internet y material audiovisual.
1.2. Jerarquizar de manera sistemática información del entorno social, cultural, político, económico e histórico para ponderar crítica y objetivamente su impacto en el problema comunicacional que se busca resolver.	Correlaciona de manera sistemática un problema de comunicación del entorno con información social, cultural, político, económico e histórico, presentando los resultados con un informe escrito.
1.3. Fundamentar los problemas comunicacionales a la luz de las herramientas teórico-metodológicas de las ciencias sociales para dimensionarlos en función de procesos sociales.	Reporta los resultados de un estudio de campo, en diferentes formatos, sobre un fenómeno social comunicativo aplicando teorías comunicacionales y técnicas de investigación, cualitativas o cuantitativas, para señalar las características de dicho fenómeno.

Proponer estrategias de solución a problemas de comunicación, articulando los conocimientos, habilidades y actitudes propias de la disciplina, de manera innovadora que impulsen el desarrollo e impacto social de la organización donde participa.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO (PRODUCTO EVALUABLE)
<p>2.1. Diagnosticar las problemáticas de comunicación existentes en los procesos de intercambio y producción de sentido articulando los esquemas teórico-analíticos propios de las ciencias sociales conforme a las necesidades del entorno sociocultural y organizacional para proyectar alternativas de solución.</p>	<p>Realiza un estudio de caso donde analiza los procesos, prácticas y problemáticas comunicacionales identificadas en contextos socioculturales fronterizos y transfronterizos, mediáticos y organizacionales, argumentados bajo modelos teórico-analíticos que orienten a posibles soluciones.</p>
<p>2.2. Diagnosticar problemáticas comunicacionales y de producción de sentido dimensionándolas a las necesidades y características propias de la organización donde participa para proyectar alternativas de solución congruentes con los objetivos de ésta.</p>	<p>Realiza un estudio de caso sobre los procesos, prácticas y problemáticas de comunicación identificadas en un contexto organizacional, considerando un marco teórico-metodológico apropiado para proponer recomendaciones generales según las características de la organización</p>
<p>2.3. Interpretar información haciendo uso de los conocimientos, habilidades y actitudes propias de su formación para generar líneas de acción que apoyen la solución de los problemas o su mejoramiento, considerando las dinámicas sociales del ámbito de intervención.</p>	<p>Propone líneas de acción estratégicas mediante la combinación de recursos tecnológicos y discursivos, para la solución de problemas comunicacionales a partir de su análisis.</p>
<p>2.4. Diseñar estrategias de comunicación integrándose a grupos multidisciplinarios, valorando las posibles formas, necesidades y ámbitos de intervención en la resolución creativa de problemáticas o mejoramiento de situaciones comunicacionales, tomando en consideración tanto los recursos existentes como su posible impacto.</p>	<p>Elabora propuestas (plan, programa, proyecto, actividad) pertinentes para la solución de problemas de comunicación o mejoramientos de situaciones comunicacionales de diferentes organizaciones, grupos o comunidades mediante la integración de distintos recursos humanos, tecnológicos y discursivos.</p>

Resolver problemas de comunicación en diferentes ámbitos profesionales, integrándose a grupos multidisciplinares utilizando los recursos teórico-metodológicos propios de las ciencias sociales, a fin de contribuir al desarrollo social considerando las dinámicas del entorno transfronterizo

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO (PRODUCTO EVALUABLE)
3.1. Planear la aplicación de estrategias de comunicación considerando la realidad transfronteriza, los recursos humanos, materiales y financieros existentes, así como los requeridos, coordinando grupos multidisciplinares para lograr la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.	Genera proyectos de intervención que contengan objetivos, estrategias y metas concretas, para solucionar problemas específicos o mejorar procesos y prácticas comunicativas utilizando diversos recursos tecnológicos y discursivos. 
3.2. Aplicar estrategias de comunicación a partir del diagnóstico, implementando de manera innovadora recursos propios de la comunicación para resolver las problemáticas identificadas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.	Ejecuta estrategias de comunicación combinando recursos tecnológicos y discursivos en ámbitos reales, presentando un informe de actividades.
3.3. Evaluar con sentido crítico y de manera sistemática la aplicación de estrategias comunicacionales y sus resultados, con el fin de apoyar la toma de decisiones en la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.	Evalúa el impacto a corto, mediano y largo plazo de estrategias de mejora o solución de problemas de comunicación en distintos niveles y ámbitos presentando los resultados y recomendaciones en diferentes formatos utilizando diversos recursos (gráficos, estadísticos, argumentativos).

5. Contraste de las competencias específicas con la composición actual del mapa curricular de la carrera profesional en análisis:

Competencia General 1	Analizar procesos de comunicación utilizando diversas herramientas teórico-metodológicas con la finalidad de explicarlos a partir de su función dentro de las dinámicas sociales, siendo respetuoso de los valores culturales y de la legislación nacional e internacional vigentes.
-----------------------	--

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
1.1. Identificar de manera crítica las fuentes y recursos de información para obtener y generar datos sobre el entorno social, político, cultural, económico e histórico, utilizando diversas técnicas de documentación.	Desafíos contemporáneos II	Segundo semestre	Conocimiento de la realidad social	Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
<p>1.2. Jerarquizar de manera sistemática información del entorno social, cultural, político, económico e histórico para ponderar crítica y objetivamente su impacto en el problema comunicacional.</p>	<p>Observatorio de comunicación II</p>	<p>Cuarto periodo</p>	<p>Teoría de la comunicación</p>	<p>Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I Comunicación y sujeto Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los medios Comunicación e institución Legislación de los medios</p>

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
<p>1.3. Fundamentar los problemas comunicacionales a la luz de las herramientas teórico-metodológicas de las ciencias sociales para dimensionarlos en función de procesos sociales.</p>	<p>Metodología y análisis</p>	<p>Quinto periodo</p>	<p>Teoría de la comunicación</p>	<p>Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los medios Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía</p>

				Televisión Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional
--	--	--	--	--

Competencia General 2	Proponer estrategias de solución a problemas de comunicación, articulando los conocimientos, habilidades y actitudes propias de la disciplina, de manera innovadora que impulsen el desarrollo e impacto social de la organización donde participa.
--------------------------	---

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
2.1. Diagnosticar las problemáticas de comunicación existentes en los procesos de intercambio y producción de sentido articulando los esquemas teórico-analíticos propios de las ciencias sociales conforme a las necesidades del entorno sociocultural y organizacional para proyectar alternativas de solución.	Diagnóstico de la comunicación	Sexto	Gestión de la comunicación	Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto Frontera Norte de

				México Ética de la comunicación y los medios Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía Televisión Radio Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional Comunicación, cultura y sociedad Administración de sistemas de comunicación Discurso visual
--	--	--	--	---

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
<p>2.2. Diagnosticar problemáticas comunicacionales y de producción de sentido dimensionándolas a las necesidades y características propias de la organización donde participa para proyectar alternativas de solución congruentes con los objetivos de ésta.</p>	<p>Diagnóstico de la comunicación</p>	<p>Sexto</p>	<p>Gestión de la comunicación</p>	<p>Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los medios</p>

				Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía Televisión Radio Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional Comunicación, cultura y sociedad Administración de sistemas de comunicación Discurso visual
--	--	--	--	--

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
<p>2.3. Interpretar información  iendo uso de los conocimientos, habilidades y actitudes propias de su formación para generar líneas de acción que apoyen la solución de los problemas, considerando las dinámicas sociales del ámbito de intervención</p>	<p>Diseño y gestión de proyectos</p>	<p>Séptimo</p>	<p>Gestión de la comunicación</p>	<p>Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los medios</p>

				Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía Televisión Radio Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional Comunicación, cultura y sociedad Administración de sistemas de comunicación Diagnóstico de la comunicación Discurso visual Discurso sonoro Multimedia
--	--	--	--	---

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
<p>2.4 Diseñar estrategias de comunicación integrándose a grupos multidisciplinarios, valorando las posibles formas, necesidades y ámbitos de intervención para la resolución creativa de problemáticas o mejoramiento de situaciones comunicacionales, tomando en consideración tanto los recursos existentes como su posible impacto</p>	<p>Diseño y gestión de proyectos</p>	<p>Séptimo</p>	<p>Gestión de la comunicación</p>	<p>Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los</p>

				<p>medios Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía Televisión Radio Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional Comunicación, cultura y sociedad Administración de sistemas de comunicación Diagnóstico de la comunicación Discurso visual Discurso sonoro Multimedia</p>
--	--	--	--	---

Competencia General 3	Resolver problemas de comunicación en diferentes ámbitos profesionales, integrándose a grupos multidisciplinares utilizando los recursos teórico-metodológicos propios de las ciencias sociales, a fin de contribuir al desarrollo social considerando las dinámicas del entorno transfronterizo.
--------------------------	---

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
3.1. Planear la aplicación de estrategias de comunicación considerando la realidad transfronteriza, los recursos humanos, materiales y financieros existentes, así como los requeridos, coordinando grupos multidisciplinares para lograr la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.	Diseño y gestión de proyectos	Séptimo	Gestión de la comunicación	Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto

				Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los medios Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía Televisión Radio Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional Comunicación, cultura y sociedad Administración de sistemas de comunicación Diagnóstico de la comunicación Discurso visual Discurso sonoro Multimedia
--	--	--	--	--

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
<p>3.2 Aplicar estrategias de comunicación a partir del diagnóstico, implementando de manera innovadora recursos propios de la comunicación para resolver las problemáticas identificadas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.</p>	<p>Taller de aplicación y evaluación de proyectos</p>	<p>Octavo</p>	<p>Gestión de la comunicación</p>	<p>Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los medios</p>

				Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía Televisión Radio Multimedia Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional Comunicación, cultura y sociedad Administración de sistemas de comunicación Diagnóstico de la comunicación Diseño y gestión de proyectos Discurso visual Discurso sonoro Discurso multimedia
--	--	--	--	---

COMPETENCIA ESPECÍFICA	MATERIA INTEGRADORA	PERIODO INTEGRADOR	EJE O ÁREA	CONJUNTO DE MATERIAS
<p>3.3. Evaluar con sentido crítico y de manera sistemática la aplicación de estrategias comunicacionales y sus resultados, con el fin de apoyar la toma de decisiones en la solución de problemas o el mejoramiento de los procesos y prácticas comunicativas.</p>	<p>Taller de aplicación y evaluación de proyectos</p>	<p>Octavo</p>	<p>Gestión de la comunicación</p>	<p>Investigación documental Desarrollo de habilidades de pensamiento Taller de lengua escrita Estructura socioeconómica de México Desafíos Contemporáneos I y II Laboratorio de cómputo Taller de composición Ciencia y comunicación Taller de comunicación y sociedad Observatorio de la comunicación I y II Comunicación y sujeto Frontera Norte de México Ética de la comunicación y los medios</p>

				Comunicación e institución Legislación de los medios Fotografía Televisión Radio Multimedia Comunicación, tecnología e información Comunicación organizacional Comunicación, cultura y sociedad Administración de sistemas de comunicación Diagnóstico de la comunicación Diseño y gestión de proyectos Discurso visual Discurso sonoro Discurso multimedia
--	--	--	--	---