UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO

Campus Querétaro

Licenciatura en Ciencias
De La Comunicación

Departamento de Ciencias Económico Administrativas y Sociales

Reporte Para Solicitar Ingreso al CONEICC.

Agosto del 2001

CONEICC

CUESTIONARIO-GUÍA
PARA SOLICITAR INGRESO AL CONEICC

BASADO EN AUTODIAGNÓSTICO POR PROGRAMA

Coordinación de Asuntos Académicos
Julio 2001

I. Ficha de Respuesta e Indicaciones Generales.

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO
RECTORÍA REGIONAL "D"
Campus Querétaro
DESEMPEÑO DOCENTE EN LA ACADEMIA
PERIODO 1/2000

ACADEMIA PROMOCION Y DESARROLLO	
DOCENTE Fernando Cervera Solorzano	
ASIGNATURAS CORRESPONDIENTES A 2/2000	
1. Fundamentos de Mercadotecnia	**6.**
2. Mercadotecnia Social y de Servicios	**7.**
3.	**8.**
4.	**9.**
5.	**10.**
ACTIVIDAD Y/O PRODUCTOS ENCOMENDADOS	
Apoyo en la Feria del Producto	

DOCENCIA

PRÁCTICAS DE CAMPO

NOMBRE	MATERIA	LUGAR Y FECHA
Feria del Producto	Evento de la Carrera de Mercadotecnia	UVM Noviembre

ELABORACIÓN DE REACTIVOS

NOMBRE	MATERIA	CANTIDAD

MATERIAL DIDÁCTICO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN

INVESTIGACIÓN

NOMBRE	TRABAJOS REALIZADOS

EXTENSIÓN

NOMBRE	TIPO DE EVENTO: CONFERENCIAS, ARTÍCULOS PARA PUBLICAR, EXPOSICIONES, VISITAS, SERVS. A LA COMUNIDAD, OTROS.

MATERIAL DIDÁCTICO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN

INVESTIGACIÓN

NOMBRE	TRABAJOS REALIZADOS

EXTENSIÓN

NOMBRE	TIPO DE EVENTO: CONFERENCIAS, ARTÍCULOS PARA PUBLICAR, EXPOSICIONES, VISITAS, SERVS. A LA COMUNIDAD, OTROS.

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO

Campus Querétaro

Coordinación de Academias

Arte, Humanidades y Tecnociencias
Económico Administrativas, Sociales y Posgrado
Ciencias de la Salud
Bachillerato

PLAN DE TRABAJO DE ACADEMIA

NOMBRE DEL DOCENTE	
PERÍODO ESCOLAR	MATERIAS A IMPARTIR:
DEPARTAMENTO ACADÉMICO	
ACADEMIA	
FECHA DE ELABORACIÓN	TOTAL DE HORAS:

PRESENTACIÓN

Con el fin de planear las actividades docentes que contribuyan a impulsar la vida académica, promover el trabajo colegiado y evaluar de manera objetiva el trabajo realizado por cada uno de los docentes integrados a los Cuerpos Colegiados o Academias, hemos diseñado este formato que contiene un listado de las diversas actividades posibles a realizar en las funciones de docencia, investigación o extensión, las cuales tienen asignado el valor correspondiente en la columna de puntaje, lo cual es ratificado y validado por el Presidente de Academia al finalizar el período escolar.

Esta evaluación forma parte del ***SIED, Sistema Integral de Evaluación Docente*** el cual también toma en consideración los aspectos de Evaluación Docente a tráves de la opinión estudiantil, Formación Académica y Cumplimiento Administrativo.

Este es el documento oficial que se considera para efectos del SIED, Promoción Docente y Bono por Desempeño Académico.

PLAN DE TRABAJO DE ACADEMIAS

Indicaciones Generales.

1. Cumplir con el trabajo de Academias es una responsabilidad de cada docente.

2. El plan de trabajo de Academias evalúa el trabajo realizado únicamente durante un período escolar.

3. Este formato se deberá llenar al inicio de cada período escolar, señalado en la columna de compromisos, los que se realizarán durante el mismo.

4. Se llena un solo formato por cada Docente.

5. Se deberá entregar una copia al Presidente de Academia.

6. Al finalizar el período escolar, para evaluar el trabajo de Academia cada Docente deberá presentar a su Presidente los productos o constancias que comprueben la realización de los compromisos señalados al inicio de dicho período.

7. La fecha límite para entregar este formato a la Coordinación de Academias será máximo 2 semanas después del inicio de clases.

8. El trabajo de Academias en el SIED, corresponde al 25% del puntaje total , el cual se obtiene logrando acumular 100 puntos en los compromisos de Academia.

9. Eventos Académicos:

- Conferencia organizada.
- Conferencia impartida (representando a la UVM) a nivel campus, institucional, estatal, nacional o internacional.

En ambos puntos, queda claro que se refiere a la impartición de una conferencia, ponencia u organización de éstas.

- Organización de exposiciones, congresos, encuentros, jornadas, etc., a nivel campus, institucional, estatal, nacional o internacional.

En cuanto a este punto se entiende por organizar, el participar como miembro de un equipo de trabajo que tenga la responsabilidad previa, durante y al final del evento realizado.

- Participación en la organización de eventos académicos. (Especificar trabajo realizado).

La participación corresponde a la ejecución de actividades derivadas de la organización de un evento, ya sea que hallan sido asignadas o correspondan a una comisión.

10. Rediseño curricular:

- Participación en el Comité de Carrera.
- Revisión o actualización del programa de estudios.
- Diseño de programas de estudio.

La participación en comités curriculares y el diseño o actualización de programas, deberá ser asignado al Docente por comisión directa de las instancias académicas autorizadas. (Secretaría General Académica, Dirección de Departamento Académico, Coordinación Académica de Campus, Dirección General de Idiomas o Coordinación de Idiomas de campus).

11. Asesoría de tesis.

- Docente de asignatura
- Académico de tiempo

Para asesorar una tesis se requiere haber sido asignado por el Departamento de Titulación del Campus y que el docente sea registrado como asesor y sinodal ante la Secretaría de Educación Pública.

12. Tutoría o asesoría a estudiantes autorizada por la Coordinación de Academias.

Se considera como tutoría o asesoría, la actividad autorizada en la cual se asesora a estudiantes de otros grupos asignados formalmente, siguiendo las actividades contenidas en el programa correspondiente.

El trabajo extra aula con nuestros estudiantes es considerado como una prolongación de nuestro quehacer docente dentro del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje.

13. Extensión.

- Gestionar convenio de vinculación o intercambio, debidamente formalizado.
- Representar al campus en reuniones académicas institucionales (con alguna responsabilidad).
- Desarrollo de proyectos especiales (proyectos de mejoras, promoción de carreras, servicio a la comunidad).

Quedando en el entendido que en forma general dichas actividades de extensión son realizadas por el Departamento de Vinculación de la Universidad del Valle de México.

14. Nombramientos Honoríficos.

- Presidente de Academia
- Secretario de Academia
- Presidente de Colegio.

Estos nombramientos son otorgados mediante la votación realizada por los miembros de cada Academia.

15. Otros.

Con el objeto de realizar su evaluación y valoración, el Docente deberá especificar el tipo de trabajo realizado y entregar resultados.

IMPORTANTE:

Los productos o trabajos de Academia realizados durante un período escolar, sólo tendrán vigencia para efectos de la evaluación del mismo.

Se anularán los trabajos ya presentados en períodos anteriores.

1. FICHA DE RESPUESTA E INDICACIONES GENERALES

Nombre de quien responde el cuestionario: Ma. de la Luz Fernández Barros

Cargo que desempeña: Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación

Teléfono: (014) 2-11-19-00 ext. 11279 Fax: (014) 2-11-19-98

Correo electrónico: lfernandez@uvmnet.edu

Fecha de respuesta: 10 de agosto del 2001

Niveles de estudios que se ofrecen relacionados con el campo de la comunicación:

NIVEL	NOMBRE DEL PROGRAMA
LICENCIATURA	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESPECIALIDAD	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (Por abrirse)

II Ficha de Identificación Institucional.

2. Ficha de Identificación Institucional

Nombre completo de la institución: Universidad del Valle de México A. C
Campus Querétaro

Año de creación de la institución: 1960 Año de creación del campus: Septiembre de 1988

Carácter de la institución: Privada

Domicilio: Boulevard Villas del Mesón No. 1000 Provincia Juriquilla, Querétaro, Querétaro. 76230

Teléfonos: (014) 2-11-19-00 Fax: (014) 2-11-19-98

Página web: http://www.uvmnet.edu

Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación

Responsable directo: Lic. Ma. de la Luz Fernández Barros
Cargo: Coordinadora del Programa de Ciencias de la Comunicación

El domicilio y página web del programa de Ciencias de la Comunicación son los mismos que los arriba mencionados.

Teléfono de la Coordinación de Programa: (014) 2-11-19-00 ext. 11279

Correo electrónico de la Coordinación de Programa de Ciencias de la Comunicación: lfernandez@uvmnet.edu

Breve reseña histórica de la Universidad del Valle de México

En 1960, Don José Ortega Romero y un grupo de personas inician actividades educativas fundando el Instituto Harvard, que posteriormente se llamaría Universidad del Valle de México.

Inicialmente se impartían estudios de primaria y secundaria y poco después se anexa la Escuela Comercial y Secretarial, la Escuela de Economía y Relaciones Industriales con validez oficial ante la SEP. La institución alcanza su consolidación y a partir de 1968 ostenta con orgullo su actual nombre.

En 1988, la Secretaría de Educación Pública, le otorga el Reconocimiento Global de Estudios y la distinción como una de las instituciones educativas con servicios de calidad. En 1989 se crea el campus Querétaro en provincia Juriquilla, Querétaro.

Desde su fundación, la UVM ha trabajado para satisfacer las demandas de educación media superior, superior y de posgrado de la población de nuestro país. Actualmente cuenta con campi ubicados en la zona metropolitana del Distrito Federal, Estado de México, Querétaro, San Luis Potosí, Chiapas y Villahermosa.

En el año 2000 el grupo **Sylvan Learning Systems** adquiere el 80% de participación de la Universidad del Valle de México por lo que nuestra universidad entra en la Red Global de Universidades Sylvan. Esta división es pionera en la creación del más grande y ambicioso proyecto de educación a nivel mundial buscando brindar educación de excelencia a grandes sectores de la juventud a través del llamado "sello Sylvan". [iii]

El sello Sylvan es un sello distintivo para la educación superior con el cual ingresarán al mercado educativo todas las instituciones actuales y futuras que integren esta red universitaria. Las características del "sello Sylvan" son:

- **Excelencia en el idioma inglés**. La integración definitiva del inglés como segunda lengua a los programas de las universidades integrantes de la Red, reconociendo la amplia aceptación de esta lengua como el idioma común de los negocios, la tecnología y muchos otros aspectos.

- **El uso de la tecnología de la información**. Los miembros de la Red asegurarán que los estudiantes entiendan y sean usuarios especializados de las nuevas tecnologías de información, las cuales se usarán como una herramienta para impartir clases tanto a nivel local como internacional.

- **Mapas curriculares orientados a las necesidades de los empleadores y carreras reconocidas internacionalmente**. Las instituciones de la Red se apegarán a estándares internacionales ofreciendo programas de grado e internado que las sitúe como universidades de elección para empleadores globales que buscan profesionales de alta calificación.

Las universidades que actualmente forman parte de la Red Global son:

Universidad Europea de Madrid
Universidad de las Américas en Chile
Swiss Hotel Management School "Les Roches"
Universidad del Valle de México

Hasta el momento, la Red Global Sylvan cuenta con más de 50,000 estudiantes.

Para mayor información sobre Sylvan, favor de consultar documentos anexos.

Datos sobre el campus Querétaro

Actualmente en nuestro campus se imparten los niveles de bachillerato, licenciatura (19 carreras) y posgrado. (2 maestrías)

De acuerdo con el reporte de cierre de las inscripciones del semestre 1/2001, la población estudiantil en los niveles de licenciatura y posgrado de la Universidad del Valle de México, campus Querétaro se distribuyó de la siguiente forma[i]:

Programa Académico	Población
Arquitectura	119
Diseño gráfico	177
Moda e industria del vestido	48
Ingeniería en producción	131
Ingeniería civil	19
Ingeniería en computación	66
Licenciatura en sistemas de computación administrativa	8
Contaduría	41
Administración de empresas	110
Administración de empresas turísticas	140
Relaciones industriales	1*
Mercadotecnia	163
Comercio internacional	124
Psicología	64
Derecho	95
Ciencias de la comunicación	243
Relaciones internacionales	78
Médico cirujano	217

Cirujano dentista	62
Americom en sus diferentes áreas	23
Maestría en Administración	74
Maestría en Ciencias de la Educación	17
Total	2,020

La población estudiantil es en su mayoría joven, con 1787 estudiantes de entre 18 y 24 años; con 174 estudiantes de 25 a 30 años y 59 son mayores de 30 años.

El 56.09 % son hombres y 43.91% son mujeres.

Personal docente

A continuación se presentan las siguientes tablas que describen de manera general las características principales de la población docente.

Personal académico del campus Querétaro

Nivel de Licenciatura

TIPO DE DOCENTE	NÚMERO	PORCENTAJE
De asignatura	286	85.8
Funcionarios Académicos	32	9.6
Académicos de T. Completo	12	3.6
Académico de ½ Tiempo	3	0.9
TOTAL	**333**	**100%**

COMPOSICIÓN POR GRADOS ACADÉMICOS

NIVEL ACADÉMICO	NÚMERO	PORCENTAJE
Técnico	21	6.3
Pasante de licenciatura	6	1.8
Licenciatura	127	38.1
Especialidad	55	16.5
Candidato a Maestro	56	16.8
Maestro	54	16.2
Candidato a Doctor	6	1.8
Doctor	8	2.4
TOTAL	**333**	**100%**

Del total de la población docente, el 63.6 % lo conforma el personal masculino y el 36.3 % el personal femenino.[ii]

Conformación de la planta docente de asignatura por departamento.

DEPARTAMENTO	N° DE DOCENTES DE ASIGNATURA
Arte, Humanidades, Tecnociencias y Bachillerato	95
Ciencias Económico Administrativas, Sociales y Posgrado	105
Ciencias de la Salud	86
TOTAL	**286**

BIBLIOGRAFÍA

1. UVM: Reporte de Estadísticas Semestral, Servicios Escolares. Enero 2001.

2. UVM: Fuente: Coordinaciones de Academias. 2001

3. UVM: Folleto promocional "Universidad del Valle de México - Sylvan International Universties" México, 2001

III. Organización y Gobierno

3. Organización y gobierno

Estatuto jurídico

La Universidad del Valle de México cuenta con un marco normativo que le asegura el cumplimiento de los objetivos plasmados en su Acta Constitutiva. A nivel legislativo, la UVM se rige por el Artículo Tercero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, fracción 235.

Por otro lado, con base en la Ley General de Educación, la UVM obtuvo el Reconocimiento Global de Validez Oficial de Estudios otorgado por la Secretaría de Educación Pública, conforme al acuerdo No. 131 publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 25 de febrero de 1988. Como lo marca su Estatuto General en el Título Primero, Capítulo Primero, Artículo Tercero, la UVM también se rige en sus funciones por la Ley de Profesiones, la cual surge de los Artículos Tercero, Quinto y Treinta y uno Constitucionales, así como por la Ley para la Coordinación de la Educación Superior. En el caso de Querétaro, cumple con la Ley Estatal de Educación. [1]

El reconocimiento de validez oficial al programa de la Lic. en Ciencias de la Comunicación en el Campus Querétaro fue otorgado por la Dirección de Incorporación y Revalidación de la Secretaría de Educación Pública el 25 de julio de 1991 con el acuerdo número 00911848.

Finalmente, cabe mencionar que la Universidad del Valle de México a través de su Estatuto General, regula la existencia y desarrollo de la Institución.

Declaración de principios

Como parte importante de su marco ideológico y filosófico, la UVM cuenta con una declaración de Principios Institucionales.

El "Estatuto General de la UVM" en el Título Segundo, Capítulo Tercero, Artículos 21, 22, y 23 expone los siguientes "Principios", cuya síntesis se expresa a continuación:

a) Extensión Dimensional.- Con la que busca dar cumplimiento a su objetivo social universitario, ofreciendo los servicios educativos conforme a las demandas del país aceptando que los criterios de calidad y cantidad no deban contraponerse entre sí.

b) Satisfacción de los fines de su comunidad.- La Institución deberá satisfacer los fines de cada uno de los miembros de la comunidad. A su vez, cumplirá su misión en congruencia con los requerimientos del desarrollo nacional.

c) Reciprocidad.- Atiende a los postulados que perfilan la formación ética del estudiante, mantiene en alto valores tales como la lealtad, el respeto y el compromiso personal con una causa, un grupo social o una institución, como respuesta natural de la condición humana a los estímulos recibidos.

Busca revertir a la sociedad los conocimientos y avances derivados de sus funciones universitarias. [2,3,4,5,6]

Propósitos de la Institución

Los propósitos institucionales que guían el desarrollo de los programas académicos y administrativos fueron elaborados por la Rectoría y Junta de Gobierno, y sistematizados por la Vicerrectoría Académica, la Dirección General de Planeación Institucional y El Consejo Institucional de Planeación.

En el "Estatuto General de la UVM", Titulo Segundo, Capítulo Segundo, Artículo 17, se encuentran expuestos los Objetivos Institucionales que actualmente orientan el quehacer de la Universidad y expresan la forma en que su Misión puede ser lograda, mismos que se desglosan a continuación:

1. La Universidad como una organización útil de la sociedad.
2. La Universidad con una organización incide en la transformación social, política, económica y tecnológica del país.
3. La Universidad como organización de calidad y excelencia.
4. La Universidad con un modelo educativo siempre vigente.
5. La Universidad cuyos servicios sustantivos se incrementan con valores agregados.
6. La Universidad como una organización líder en el ámbito universitario.
7. La Universidad como una organización de proyección internacional.
8. La Universidad como la más económica en el precio de sus servicios.
9. La Universidad como la organización que mejor remunera y reconoce moralmente el trabajo de su personal.
10. La Universidad como una organización estable financieramente.
11. La Universidad como una organización con administración participativa.
12. La Universidad como un organismo en donde sus más altas autoridades se encuentran en el frente de atención a la comunidad.
13. La Universidad como una de las organizaciones de educación superior con mayor dimensión.
14. La Universidad como organización promotora de nuevas alternativas emprendedoras.
15. La Universidad como una organización por Siempre Responsable de lo que se ha Cultivado. [2,3,4]

Misión institucional

La Universidad del Valle de México es una institución que, de manera integral, educa con un equilibrio entre los enfoques científico-tecnológico y ético-cultural, acordes con las necesidades sociales, la búsqueda de la verdad y el bien común; fundamentándose en su Filosofía Institucional y su Modelo Educativo. [7]

Visión institucional

La Universidad del Valle de México se proyecta como una institución educativa de prestigio nacional, con nexos internacionales. Competitiva por su Modelo

Educativo, sus acreditados programas académicos y su carácter proactivo, prospectivo, flexible e innovador, garantiza para sus egresados una congruencia social por su formación como individuos de calidad, íntegros y competitivos, proveedores de conocimientos y habilidades, con decidida actitud de liderazgo y comprometidos con su actualización permanente y la búsqueda de la verdad y el bien común.

Misión del campus Querétaro

La Universidad del Valle de México, Campus Querétaro, es una institución particular de educación media superior y superior, que tiene como propósitos fundamentales:

"Formar personas con valores personales y profesionales que se distingan por su compromiso de impulsar el progreso, el desarrollo sustentable y bienestar de la sociedad; contribuyendo a la creación de los escenarios deseables para el futuro.

Asimismo, ofrecer una educación innovadora, de vanguardia y calidad, en los diversos niveles, opciones y modalidades educativas, que respondan plenamente a las necesidades actuales y futuras de los distintos sectores.

Promover el avance del conocimiento científico, tecnológico y humanista que propicie mejores niveles de vida en beneficio del individuo y de la colectividad: Integrar la gestión universitaria a su entorno, a fin de asegurar un impacto real en los diferentes sectores sociales, estableciendo las alianzas estratégicas que permitan lograr un fortalecimiento y benéfico mutuo de las partes, favoreciendo los nexos que definan al Campus por su impacto en la vinculación internacional.

Todo ello, enmarcado en la Filosofía y el Modelo Educativo Institucional, bajo un compromiso de mejora continua."

Filosofía institucional

Además de contar con misión y visión, la UVM tiene establecidos sus valores, ideario, lema universitario e himno como parte de su filosofía institucional. (ver documentos anexos)

Reglamentos

El Campus Querétaro cuenta con una serie de reglamentos de carácter institucional, que norman y coadyuvan a la planeación, organización y administración del quehacer institucional, entre ellos se encuentran:

- Estatuto General de UVM: es el máximo documento que guía la normatividad de la Institución Comprende las generalidades de la normatividad universitaria, de la cultura organizacional, de los retos, metas y conocimientos de su entorno, del gobierno de la universidad y

sus autoridades, del Modelo Educativo Siglo XXI, del personal académico, de los estudiantes, del personal en general y de las responsabilidades de los miembros de la comunidad, entre otros.

- Reglamento del Personal Académico (incluido en el Estatuto General de la UVM), fechado en octubre de 1999, que contempla las disposiciones generales de ingreso, permanencia y promoción del personal académico; condiciones generales de trabajo, funciones genéricas, academias, concursos de oposición, comisiones dictaminadas y los jurados calificadores, así como los derechos y obligaciones generales del personal académico, entre otros.

- Reglamento General para estudiantes de Licenciatura MES XXI, fechado en mayo de 1999, que observa las disposiciones generales de inscripción, el primer ingreso, el área de desarrollo integral, opciones para terminar la licenciatura en un menor tiempo, evaluación académica, revisión de exámenes, salidas laterales, cambios de carrera, carrera simultánea y segunda carrera, así como la permanencia para conservar el derecho al reingreso.

- Reglamento Interior de Trabajo, en el que se observan las disposiciones generales de la clasificación del personal y su contratación, las jornadas de trabajo, descansos obligatorios y vacaciones, las condiciones de los trabajadores permanentes, eventuales y suplentes, los días y lugares de pago, seguridad e higiene, riesgos de trabajo y primeros auxilios, permisos, obligaciones y prohibiciones, medidas disciplinarias o sanciones.

- Reglamento de Academias, que describe la normatividad para la operación de las academias, incluye la concepción, misión, fines, objetivos de alcance, estructura general, comunicación y vínculos, sistema de trabajo y programas de atención, entre otros aspectos.

De manera adyacente, se cuenta con distintos reglamentos que norman los procesos operativos académicos, como sería entre otros los referidos a:

- Planes de estudio
- Salidas Laterales
- Área de Desarrollo Integral en Licenciatura
- Área de Desarrollo Integral en Bachillerato
- Evaluación Académica
- Cursos Intersemestrales de Licenciatura
- Idiomas Extranjeros
- Servicio Social
- Constancias, Diplomas, Títulos y Grados
- Sinodalías
- Distinciones.

Como reglamentos internos, la carrera de Comunicación cuenta con el Reglamento del Centro de Comunicación y con un pequeño reglamento elaborado por las academias de comunicación y medios sobre la forma de evaluar a los estudiantes de la carrera. [8]

Estructura académica

El Estatuto General de la UVM en su Título Quinto, Capítulos Primero, Segundo y Tercero, así como en su Título Sexto, Capítulo Primero y Segundo, establece las bases de su estructura orgánica.

El Gobierno de la UVM está conformado por el Patronato, La Junta de Gobierno y la Rectoría, los cuales orientan sus actividades, desde su fundación, por el Acta Constitutiva de la Sociedad y sus reformas.

1) El Patronato

   El Patronato es el órgano de gobierno de mayor jerarquía dentro de la estructura organizacional de la corporación universitaria, estará constituido por los patronos asociados y el delegado financiero.

   El Patronato estará representado formalmente por su Presidente quien al asumir la más alta responsabilidad de su investidura dispone, por voluntad de los patronos asociados, de las más amplias facultades de decisión para el buen desempeño del cargo, correspondiéndole:

   - Ejercer la máxima autoridad corporativa

2) Junta de Gobierno

   Es el órgano designado por el Patronato para vigilar que la UVM cumpla sus funciones. Está ubicada en el segundo nivel de autoridad jerárquica del corporativo universitario. Es apoyada por los siguientes comités: Evaluación Institucional, Innovación Académica, Desarrollo Humano, Relaciones Externas y Lengua Extranjeras.

3) Rectoría

   Es la autoridad máxima dentro del sistema universitario, cuyo objetivo es proyectar las grandes líneas de desarrollo y orientar las acciones hacia el cumplimiento de los objetivos instituciones; para tal fin, cuenta con los siguientes órganos consultivos colegiados: Tribunal Universitario, Consejo Empresarial, Consejo de Rectoría, Consejo Consultivo, Comité de Informática, Comité de Calidad, Comité Ejecutivo, Consejo Universitario de Investigación, Comité Estudiantil de Calidad y Comité de Inscripciones.

   La planeación y desarrollo de las actividades académicas y administrativas se realiza en la rectoría del Campus, la cual dirige la organización departamental. El departamento es la unidad académica

básica que reúne a una comunidad de profesores e investigadores en un campo especializado del conocimiento y que los organiza, para su operación.

4) Rectoría de Unidad Académica

Corresponde a la Rectoría del Campus la dirección general el gobierno del mismo, siendo el conducto necesario para las relaciones entre las autoridades que dependen de él y la Rectoría Institucional.

La planeación y desarrollo de las actividades académicas y administrativas se desarrolla en la rectoría del campus la cual dirige la organización departamental. El departamento es la unidad académica básica que reúne a una comunidad de profesores e investigadores en un campo especializado del conocimiento y que los organiza para su operación.

El rector del campus tiene como objetivo garantizar que se cumplan las funciones sustantivas de la Universidad y para ello se apoya en los Líderes de Área de Conocimiento, en los Directores de Departamento, Coordinadores de Academia, de Programa, de Centro, en los profesores de tiempo completo y en las áreas administrativas; así mismo, planea sus actividades administrativas y académicas con base en el Plan de Desarrollo Institucional y en el Plan Operativo Anual.

Por su parte el Campus Querétaro cuenta con las estructuras académico-administrativas claramente establecidas tanto para las funciones sustantivas de Docencia, Investigación y Extensión y Difusión de la Cultura, como de Apoyo Administrativo. Como órganos colegiados a nivel de campus cuenta con: el Consejo Académico, con el Comité de Admisión y Permanencia Estudiantil, con el Comité Estudiantil de Calidad, el Comité de Higiene y Seguridad y la Comisión de Honor y Justicia.

Estructura orgánica

La estructura orgánica de la UVM está conformada por cinco niveles:

- El Primero es el nivel de Gobierno y está integrado por el Patronato, la Junta de Gobierno y la Rectoría.

- El segundo es el nivel directivo y comprende a los Rectores de unidad académica, las Contralorías y la Secretaría Técnica.

- El tercer nivel es el Ejecutivo o Normativo y lo integran los Directores de Departamento Académico, los Directores Generales en unidad académica y los Directores Generales de oficinas centrales.

- El cuarto es el nivel Operativo y está formado por las Coordinaciones Académicas y los Directores de Área Administrativos, tanto de unidad académica como de oficinas centrales.

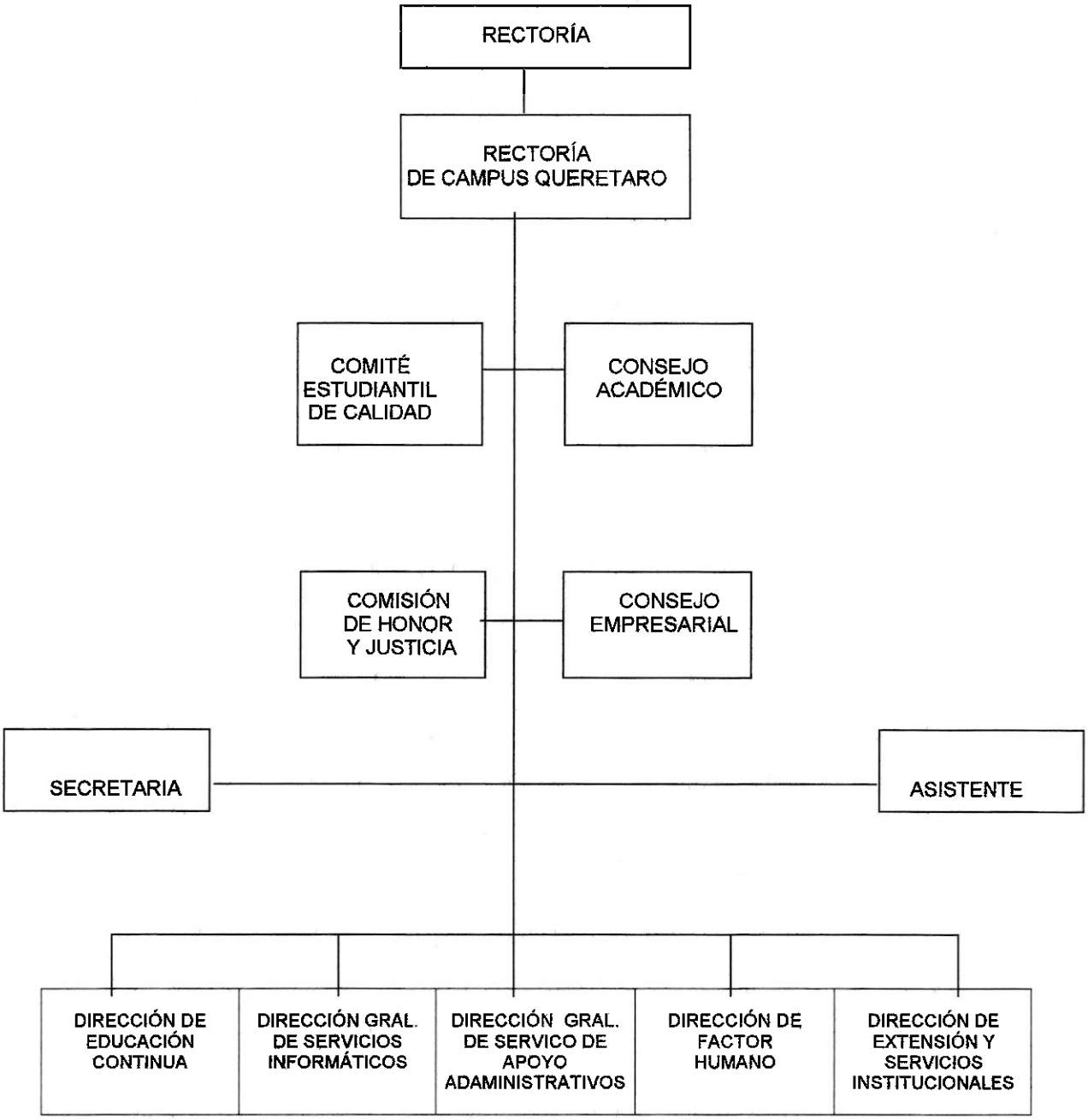
- El quinto es el nivel de Contacto y está formado por los puestos que gestionan, tramitan o atienden directamente los requerimientos de la comunidad.

En la unidad académica de Querétaro, la estructura académico-administrativa está integrada por la Rectoría, cuatro departamentos académicos relativos a las siguientes áreas: Ciencia y Tecnología, Arte y Humanidades; Ciencias Económico-Administrativas y Ciencias Sociales, Ciencias de la Salud y Bachillerato. Se cuenta también con una Dirección General de Servicios Administrativos, la Dirección de Extensión y Servicios Institucionales, la Dirección de Factor Humano, la Dirección de Servicios Informáticos, la Dirección de Bachillerato y la Dirección de Educación Continua.

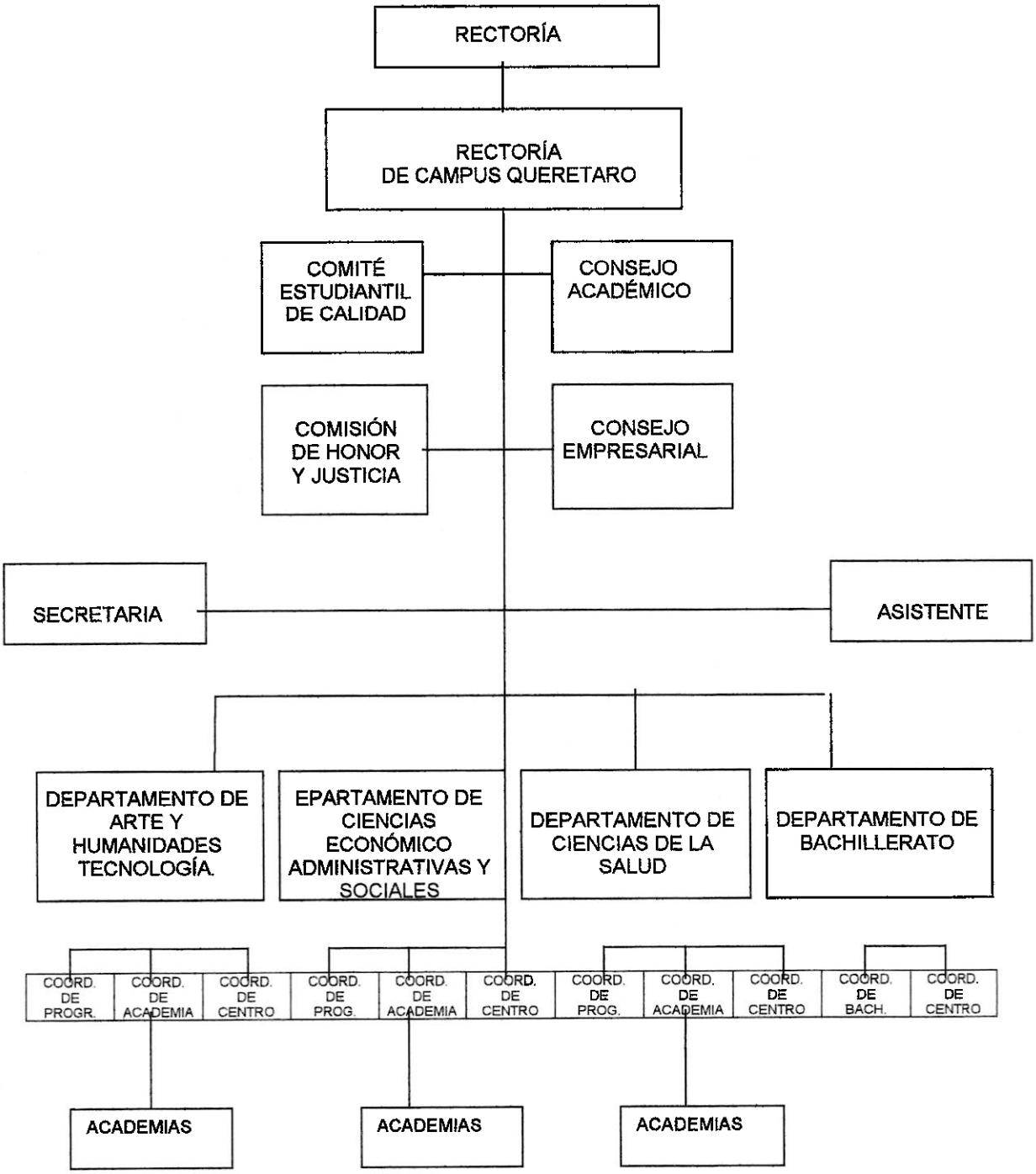
Particularmente en el área de Ciencias Sociales, la estructura académica se integra por la Dirección, la Coordinación de Academias, las Coordinaciones de cada uno de los Programas Académicos de Psicología, Derecho, Ciencias de la Comunicación y Relaciones Internacionales. También pertenecen al departamento la Coordinación del Centro de Educación y Desarrollo Humano y el Centro de Comunicación

Dentro de la estructura se desprenden las Academias de Comunicación y la de Medios de Comunicación. A su vez, de la Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación se deriva la representación del Comité Estudiantil del área de Ciencias de la Comunicación.

ORGANIGRAMA DE LA UNIDAD ACADÉMICA DEL CAMPUS QUERÉTARO



ORGANIGRAMA GENERAL DEL CAMPUS QUERÉTARO

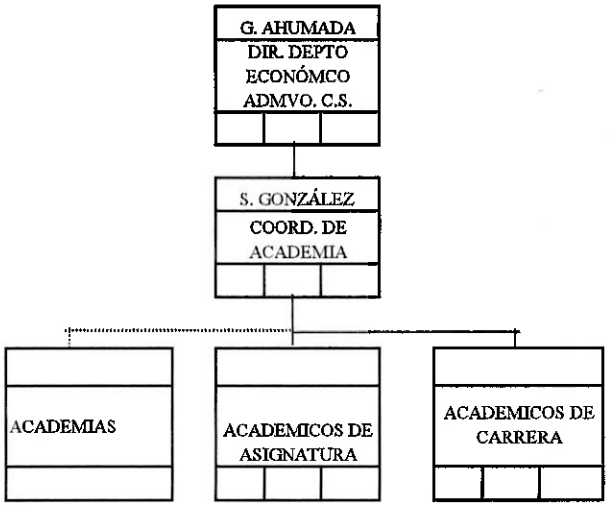


UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO

CAMPUS QUERÉTARO

DIR. DEPTO. ECONÓMICO ADMVO. (COORD. ACADÉMICA)

ESTRUCTURA ORGÁNICA I/00



Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación

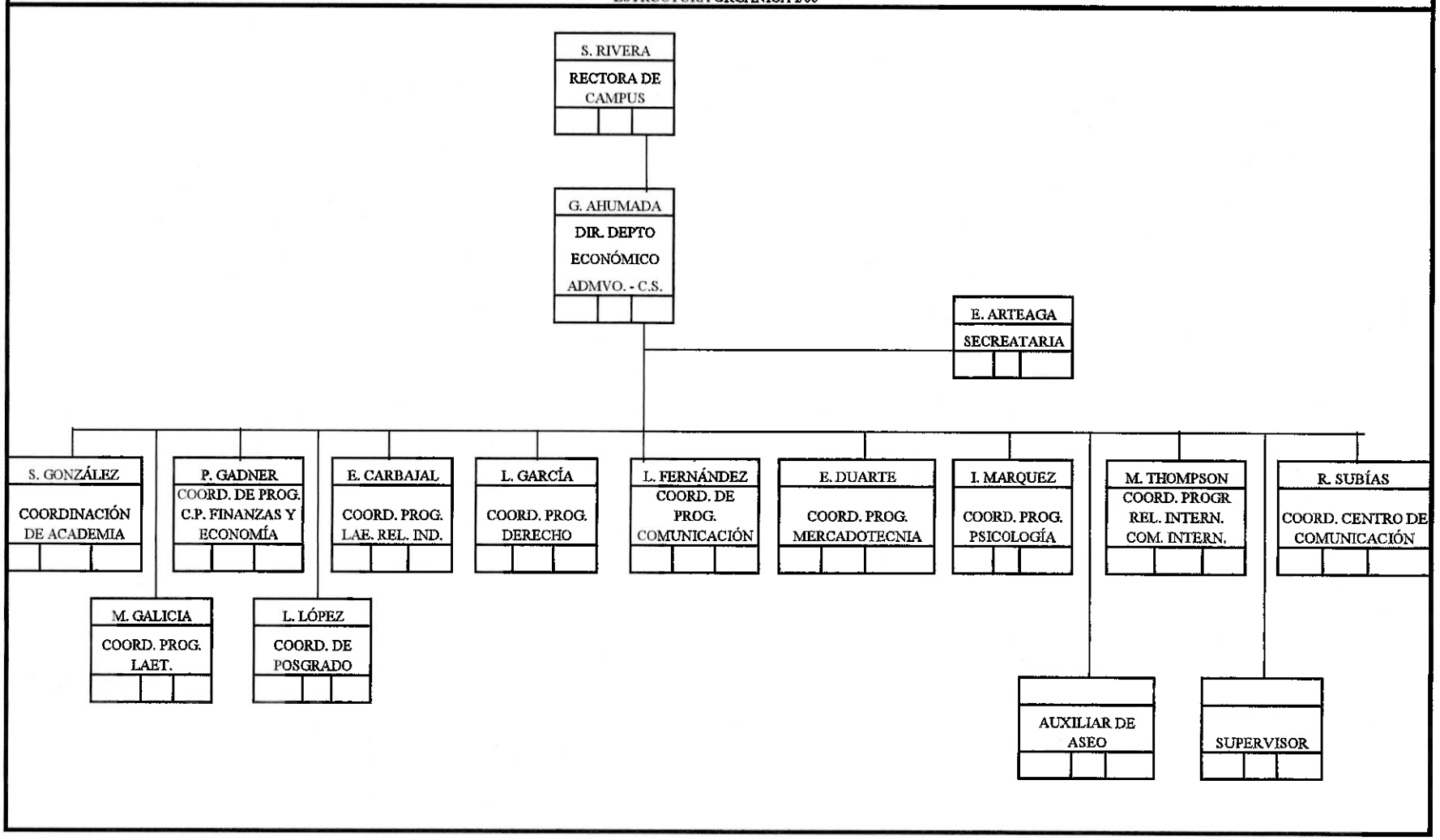
De esta coordinación depende directamente el desarrollo académico del programa. La responsabilidad del Coordinador del Programa Académico se centra en el desarrollo de las estrategias que permitan la captación de estudiantes y la máxima eficiencia terminal del programa de Ciencias de la Comunicación, promoviendo el óptimo desarrollo de los estudiantes durante los tres procesos significativos de su trayectoria: ingreso, permanencia y egreso de la institución, coadyuvando así, al logro del perfil profesional establecido.

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO

CAMPUS QUERÉTARO

DIRECCIÓN DEPTO. ECO-ADMVO. Y C.S.

ESTRUCTURA ORGÁNICA I/00

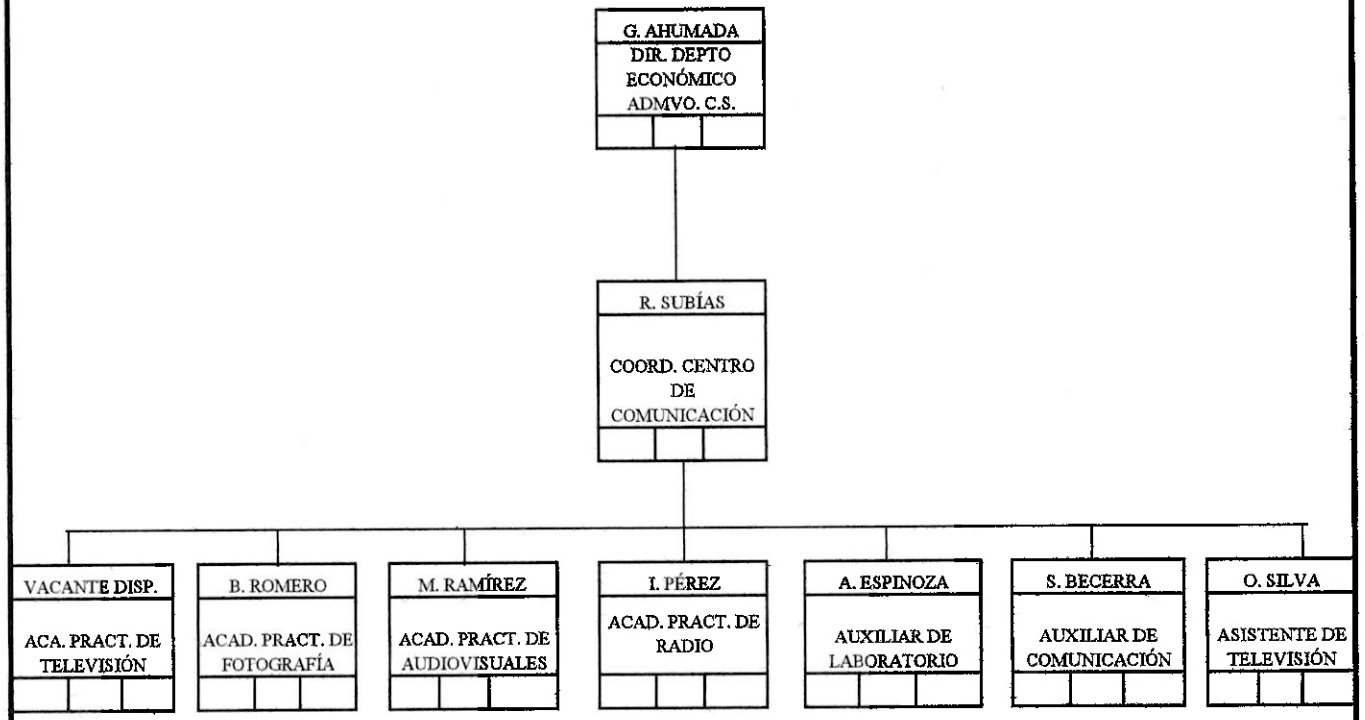


UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO

CAMPUS QUERÉTARO

COORDINACIÓN CENTRO DE COMUNICACIÓN

ESTRUCTURA ORGÁNICA



BIBLIOGRAFÍA

[1] Diario Oficial de la Federación; 25 de febrero de 1988. México, 1988

2 UVM: Estatuto General. Dirección general de Normatividad 1999 (p 1,2,3).

[3] UVM: La Universidad del Valle de México y su Modelo Educativo Siglo XXI (PI 1,2,4,5,6)

[4] UVM: Autoestudio: 1996. Universidad del Valle de México, México, 1996 (PI-1,2,3,4)

[5] UVM: Universidad del Valle de México, 35 años de tradición educativa: 1960-1995. Dirección General de Cooperación e Intercambio Institucional 1995 (PI – 1,2,4)

[6] UVM: Plan Operativo Anual: 1997. Dirección General de Planeación Institucional. 1997 (PI- 1,4)

[7] UVM: Filosofía Institucional. Año 2001

[8] UVM. Conozcámonos Comunicólogos

IV. Programa Académico

4. Programa académico

El programa de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del campus Querétaro obtuvo el Reconocimiento de Validez Oficial por parte de la Secretaría de Educación Pública con el acuerdo No. 00911848 de fecha 25 de julio de 1991, asignándosele la clave DTES-G198018400301.

La publicación del Diario Oficial de la Federación del 25 de febrero de 1988, en su artículo 3° señala que: "La Universidad del Valle de México podrá elaborar sus planes y programas de estudio así como los planteles que en su caso establezca, mismos que requerirán de la previa autorización y aprobación de la SEP". [1]

La licenciatura en Ciencias de la Comunicación se creó hace 14 años a nivel institucional y en el campus Querétaro existe desde hace 12 años (1989).

Modelo Educativo Siglo XXI

La institución cuenta con un modelo pedagógico de carácter prospectivo, sistemático y cognoscitivo denominado Modelo Educativo Siglo XXI. La propuesta que ha desarrollado la UVM define la formación de profesionales capaces de prever, enfrentarse y dar soluciones a los problemas presentes dentro de una visión prospectiva.

En este modelo (del cual parte el diseño del programa de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación) se asume que el fenómeno educativo es un sistema de múltiples dimensiones, complejo y dinámico, que se ve afectado por los cambios y necesidades del entorno. La filosofía es de triple naturaleza: científica, tecnológica y humanística. Es científica dada la función social de la universidad que deberá dar énfasis a las investigaciones en esos campos; de naturaleza humanística porque enfatiza el papel del estudiante como centro del proceso enseñanza-aprendizaje y se le considera como un individuo esencialmente activo.

El modelo se opone al totalitarismo y dogmatismo, pues uno de sus objetivos es lograr el desarrollo de individuos crítico-propositivos y creativos que se involucren en el proceso educativo. Por ello, el docente debe desempeñar el papel de facilitador del aprendizaje y no exclusivamente el de transmisor del conocimiento. Deberá mantener una actitud de apertura y aceptación del estudiante, creando un ambiente propicio para el análisis y cuestionamiento del conocimiento que conduce al aprendizaje significativo. Dichas actitudes, en conjunción con un ambiente de libertad, responsabilidad y participación permiten que el estudiante enriquezca su acervo de conocimientos y autoconfianza, herramientas indispensables para enfrentar la realidad de manera crítica, propositiva y creativa. La relación maestro-estudiante debe ser de colaboración y búsqueda común.

Este modelo enfatiza la importancia del desarrollo de habilidades en los estudiantes que les permita convertirse en seres autónomos y capaces de participar en la transformación de la sociedad.

La estructura académico-administrativa, al ser departamental, permite la interacción entre diferentes disciplinas, logrando que el quehacer universitario se torne interdisciplinario, a través de la formación de grupos de trabajo con profesionales de diversas áreas, en donde se analizan y generan alternativas de manera integral que dan como resultado el enriquecimiento de planes y programas de estudio y de su aplicación.

Estrategia de planeación del programa académico

La planeación del programa académico de Ciencias de la Comunicación se realizó bajo las políticas que marca la institución al respecto. El programa académico actual MES XXI-II y bajo el cual se ha realizado este año también una actualización curricular, se desprende de una evaluación seria de los contenidos y materias relacionados con la carrera a través de diferentes instrumentos y públicos. A continuación se presenta, en forma breve, quiénes participan y cómo lo hacen. [2, 11, 12, 13]

Profesores

El personal docente participa de manera significativa a través de una acción colegiada mediante la guía de los líderes de área de conocimiento y de la Secretaría General Académica, a través de su Dirección de Desarrollo Curricular.

Para tal fin se lleva a cabo una investigación de campo a fin de conocer la opinión y necesidades de formación profesional relacionados con el campo laboral. En el caso de los docentes, se les aplica el **cuestionario para el análisis y adecuación de los programas de estudio** en el cual se les pregunta, además, sobre el plan de estudios y particularmente sobre la(s) asignatura(s) impartidas en la institución y las técnicas de enseñanza-aprendizaje, entre otras. (ver documento anexo)

El docente participa, además, en la elaboración de la fundamentación de la carrera, del perfil del estudiante, dewl plan de estudios, mapa curricular y en la elaboración de los respectivos programas de estudios analíticos y sintéticos.

Empleadores, profesionistas y expertos en el campo de la Comunicación

Los miembros del campo laboral de la Comunicación son también cuestionados a través de encuestas y entrevistas personales. En ellas se les pregunta sobre su experiencia en el campo profesional (trayectoria laboral), conceptualización y ámbito de incidencia de la profesión, formación del profesionista y sobre el perfil y habilidades que debe desarrollar el mismo.

Alumnado

En el caso de los estudiantes se realiza un investigación de campo para conocer su opinión sobre el plan de estudios y las técnicas de enseñanza-aprendizaje, entre otros aspectos.

Para tal efecto, se les aplica un cuestionario con diversos indicadores entre los que destacan:

a) Datos generales, académicos y ocupacionales
b) Opinión de estudiantes sobre la universidad ,sobre el plan de estudios y profesorado.
c) Opinión sobre el material de apoyo, instalaciones y equipo de la institución
d) Opinión sobre la difusión y extensión de la cultura y la investigación
e) Cambios y propuestas que realizarían a su plan de estudios

Egresados

La participación de los exalumnos de la UVM se obtiene mediante una investigación de campo que permite conocer la opinión y necesidades de formación profesional relacionados con el campo laboral, su situación y desempeño laboral y si ya se han titulado. De entre los aspectos relacionados con el plan de estudios destacan: el contenido teórico-práctico de las materias, su actualización, la relación del plan de estudios con las necesidades sociales, el profesorado, así como en qué grado el egresado contribuyó a resolver los problemas de la comunidad.

Tipo de Plan de Estudios y modalidad del mismo

El plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UVM es mixto, es decir, tiene un tronco común y otras áreas de especialización o complementarias. La organización de las asignaturas dentro del plan de estudios atiende a cuatro áreas las cuales han caracterizado al modelo de estructuración curricular de la institución (MES XXI):

Área de Identidad Universitaria. Propicia el desarrollo de habilidades esenciales para favorecer el desempeño estudiantil a lo largo de su trayectoria escolar, personal y profesional.

Área Básica Profesional. Propicia al estudiante la formación teórica práctica y metodológica fundamental dentro de su área de conocimiento y de su disciplina en lo particular, siendo la base de su desarrollo profesional.

Área de Especialización Profesional. Ésta área forma al estudiante en un campo específico dentro de su propia disciplina propiciando la profundización

en ella, o bien, en otras de su interés que ofrezca la UVM a efecto de ampliar sus perspectivas profesionales.

Área de Desarrollo Integral. Tiene por objeto crear espacios y alternativas para la formación estudiantil desde una perspectiva general que impulsen su desarrollo armónico como ser humano y favorezcan su vinculación e integración con el sector productivo y con la sociedad. [2 3 4 5 6]

La estructura del Plan de Estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación está distribuida a lo largo de 9 semestres, lo que implica un promedio de cuatro años y medio para cubrir un total de 366 créditos (40 créditos del área de identidad universitaria; 198 del área básica profesional; 20 del área de desarrollo integral y 108 del área de especialización profesional). La modalidad de enseñanza con la que opera el programa es presencial. [2 4]

La organización curricular del plan de estudios es flexible, con una seriación, no formal, mínima de asignaturas (no más del 20%) y ofrece tres áreas de especialización: Periodismo y Medios de Comunicación, Comunicación Organizacional y Comunicación Publicitaria.

Criterios normativos para evaluar, revisar y/o reestructurar el Plan de estudios

La UVM cuenta con un sistema de evaluación curricular de las diversas opciones educativas cuya periodicidad es anual en la parte interna y tanto interna como externa al egreso de cada generación.
La primera versión del Plan y Programas de Estudio puestos en operación en 1993, correspondieron a lo que se denominó **MES XXI Fase I.**

Conscientes de la importancia de la actualización de contenidos adecuados a las nuevas tendencias del entorno para asegurar su pertinencia, calidad y relevancia social, en el año de 1994 se inició un proceso de evaluación curricular integral, tanto interna como externa, basada en la metodología desarrollada por la universidad. [7]

Esta evaluación integral estuvo regida por el desarrollo de los siguientes tópicos: Evaluación (Nivel Macro) Interna/Externa; fundamentación de las Opciones Curriculares; definición de perfiles profesionales; definición de planes y programas de estudios. En la parte interna se recogió la opinión de estudiantes, docentes, funcionarios académicos y egresados; en la parte externa se contó con la participación de empleadores, asociaciones profesionales así como con expertos de la disciplina, siempre buscando mantener los criterios de congruencia, pertinencia, vigencia y relevancia conforme a las demandas y necesidades sociales.

Con los resultados se planeó un nuevo diseño de opción educativa acorde a la filosofía y organización del MES XXI y a las demandas sociales. Al resultado de este proceso se le denominó rediseño curricular **MES XXI Fase II** mismo que ha estado operando hasta ahora. Es importante mencionar que, anualmente, los programas de estudio de la carrera de Ciencias de la Comunicación han

sido revisados y actualizados por los docentes de todos los campus que ofrecen la carrera a través de trabajos en Academias Magnas.

En los últimos meses (2001), la comunidad académica de la UVM ha realizado la **actualización del plan de estudios** de las licenciaturas que se ofrecen incluyendo innovaciones como: [8]

- Asignaturas que cambian de nombre y que resultan hoy más congruentes con su contenido.
- Asignaturas que aumentan o disminuyen su carga horaria y de créditos con el fin de favorecer a las materias de mayor impacto en la formación de los estudiantes.
- Asignaturas que se fusionan entre sí, a fin de dar mayor consistencia a sus contenidos.
- Asignaturas de nueva creación que responden a la demanda del entorno actual y
- Asignaturas cuyos contenidos y bibliografía han sido revisados y, en su caso, actualizados.

Esta actualización de los planes y programas de estudio entrará en vigor a partir del próximo semestre 2/2001 beneficiando a los estudiantes de nuevo ingreso y de casi todos los semestres ya que no impactará a aquellos que, estando cursando los dos últimos semestres, han optado por alguna área de especialización profesional pudiendo finalizar sus estudios de acuerdo con el plan vigente, a menos de que alguna asignatura nueva pueda ser introducida a los cursos optativos y deseen cursarla.

Evaluación Académica

En la Universidad del Valle de México, campus Querétaro se cuenta con un procedimiento establecido para la evaluación de las materias impartidas.
La difusión de este procedimiento se hace a través del Reglamento de estudiantes, en su Título quinto, así como en el Estatuto General en su Título noveno – Capítulo segundo. [14]

La evaluación académica es el proceso que se aplica de forma continua a los estudiantes durante el desarrollo de los cursos, para explorar los avances de su aprendizaje y valorarlos en las diversas etapas de su formación profesional.[i] Tiene como objetivo el identificar los logros del aprendizaje y decidir la asignación de una calificación objetiva que refleje razonablemente los objetivos logrados en el curso.

Para valorar el aprendizaje del estudiante la Universidad aplicará un proceso de evaluación que se clasifica en dos tipos, la *Evaluación formativa y la Evaluación sumaria.*

Evaluación formativa: tiene lugar durante el desarrollo de los cursos con el fin de explorar, juzgar y examinar sistemáticamente los resultados parciales de la enseñanza, para controlar su avance y regular la marcha del proceso educativo conociendo los grados de aprendizaje del estudiante y

diseñando estrategias de enseñanza que faciliten impartir el conocimiento a partir de niveles de aprendizaje del estudiante, que permitan lograr los objetivos del programa de estudio.

Evaluación sumaria: es la que tendrá lugar al terminar el proceso programado. Por medio de ella el docente juzgará, cuantificará y comparará el aprendizaje que el estudiante logre contra el estándar establecido para valorarlo, certificarlo, otorgarle calificaciones y decidir las promociones que correspondan.

La evaluación sumaria tendrá dos alternativas de aplicación, que constituyen los únicos medios válidos por los cuales podrán acreditarse las asignaturas del MEX XXI en el ciclo de licenciatura:

- Obligatoria
- Opcional o voluntaria, por parte del estudiante

La *Evaluación obligatoria* es aquella que con ese carácter se realiza en los períodos parciales en que se divide el curso y al término del mismo, conforme a lo que establezca el calendario escolar de la Universidad.

Los exámenes se aplicarán en los períodos señalados por el calendario escolar y tienen por objeto:

- Contar con evidencias objetivas y de apoyo al profesor, que completen sus apreciaciones sobre los avances logrados por el estudiante en su proceso formativo.
- Motivar al estudiante para que al conocer la valoración de su desempeño decida mantenerlo o reforzarlo en busca de mejores resultados.
- Conocer la eficacia del ejercicio docente y medirlo con los objetivos trazados.
- Dar testimonio objetivo de los avances y logros en la formación profesional del estudiante.
- Disponer de un banco de información para el trazo de estrategias que corrijan deficiencias.

La *Evaluación voluntaria* se llevará a cabo a petición expresa del estudiante a través de la aplicación de un examen global, con la finalidad de brindarle la oportunidad de valorar el logro de los objetivos educacionales previstos en los contenidos temáticos de las asignaturas, sin haberlas cursado a través de procesos autónomos de aprendizaje que le provean de una suficiente preparación académica para su posible aprobación y pueda regularizar su situación de irregularidad escolar o acreditar asignaturas por adelantado.

La escala numérica con la que se puede reportar la calificación parcial es de cero a diez, siendo siete la calificación mínima necesaria para acreditar y diez, la máxima. El resultado final se anotará en números enteros. Se realizan tres evaluaciones parciales durante el periodo semestral de acuerdo a los siguientes criterios:

- Cumplir con el 80% de asistencia a clases, como mínimo
- No estar sancionados con alguna suspensión de clases
- Tener al corriente el pago de sus colegiaturas

Calificaciones reprobatorias	***Calificación a registrar***
Menos de 1.0	0
De 1.0 a 1.9	1
De 2.0 a 2.9	2
De 3.0 a 3.9	3
De 4.0 a 4.9	4
De 5.0 a 6.9	5

Si algún estudiante no se presenta el día de su evaluación parcial, tendrá derecho sólo al puntaje por tareas, ensayos, investigaciones y/o proyectos en proporción del porcentaje que le corresponde a este aspecto de acuerdo al reglamento.

El Reglamento Académico marca los siguientes porcentajes de acuerdo a la naturaleza de la materia:

Materia	***Porcentajes asignados***
Teórica	60% Examen escrito 40% Tareas, proyectos, exposiciones, etc.
Teórico – prácticas	70% Teoría: 60% Examen escrito 40% Tareas 30% Práctica
Prácticas – teóricas	100% del puntaje se divide entre el total de los créditos para distribuirlo en proporción al valor crediticio asignado a cada aspecto
Prácticas	100% del aspecto a evaluar se asignará a trabajos, ejercicios y prácticas

Para acreditar la asignatura al final del semestre se deben de cubrir los siguientes requisitos:

- Acumular en las tres evaluaciones parciales 21 puntos como mínimo
- Tener al menos el 80% de asistencia a clases
- No haber reprobado más de una evaluación parcial
- Estar al corriente en el pago de las colegiaturas

Puntaje	***Calificación***	***Significado***
00 a 20	5	No acreditada
21 a 22	7	Acreditada
23 a 25	8	Acreditada
26 a 28	9	Acreditada
29 a 30	10	Acreditada

Las evaluaciones las aplica invariablemente el docente de la asignatura y la institución les apoya en la reproducción masiva de los exámenes escritos. Las calificaciones son reportadas en formatos estándar para este objeto en donde se indica la calificación del parcial y el total de inasistencias para cada estudiante y posteriormente son entregadas al departamento de Servicios Escolares que serán los encargados de pasar los formatos por un lector óptico para insertar los datos en la base de datos y al término del periodo de entrega y captura de evaluaciones parciales el estudiante regresa a servicios escolares a recoger su acta con todas sus evaluaciones y número de inasistencias.

Tipo de calendario

El programa de Ciencias de la Comunicación tiene una apertura semestral y, por tanto el ingreso oficial de estudiantes se da en los meses de enero y agosto. Asimismo, existe la oportunidad de que los estudiantes puedan adelantar o recuperar materias a través de cursos intersemestrales o cursos de verano.

Los cursos intersemestrales son procesos formales de enseñanza desarrollados en un tiempo menor al semestral y que se imparten con un número mayor de horas a la semana de clase para asegurar que se cubran los contenidos temáticos de la asignatura y se logren los objetivos de aprendizaje previstos en el programa de estudios. Los cursos intersemestrales tienen lugar en el receso escolar correspondiente a los meses de junio-julio (periodo A) y julio-agosto (periodo B). De acuerdo con la naturaleza de la asignatura los cursos intersemestrales tendrán la siguiente duración: [9]

Asignaturas	Duración
Teóricas	Cinco semanas de clase
Teórico-prácticas	Cinco semanas de clase
Práctico-teóricas	Once semanas de clase
Prácticas	Once semanas de clase

El aprendizaje de una segunda lengua

En la UVM se promueve el aprendizaje de una segunda lengua. En el caso de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación se requiere, en carácter de obligatorio el acreditar cinco niveles del idioma inglés antes de acumular los 240 créditos del plan de estudios. Asimismo, el estudiante deberá acreditar otros 5 niveles de una lengua extranjera adicional: francés, italiano o alemán.

La acreditación de los cinco niveles de los dos idiomas es un requisito para la titulación. [9]

Otros niveles de estudios en Ciencias de la Comunicación

La UVM cuenta con estudios de posgrado en el área de Comunicación. La **"Especialidad en Comunicación Audiovisual"** tiene reconocimiento de validez oficial de estudios según el acuerdo número 993409 de fecha 19 de noviembre de 1999 con clave de registro DGES Plan 1999. [10]

La Especialidad en Comunicación Audiovisual se orienta a satisfacer el interés de quienes desean dedicarse a la producción de medios, dominando su técnica de realización. Las asignaturas están dividas en dos áreas: básica profesional y de especialización profesional de donde el estudiante deberá cubrir 50 créditos en total durante tres cuatrimestres. A pesar de que la Especialidad en Comunicación Audiovisual cuenta con todos los permisos necesarios para su operación, actualmente, no se encuentra abierta en el campus Querétaro por considerar que el mercado de estudiantes para la misma aún no es redituable.

En otra modalidad, el campus Querétaro ofrece la Licenciatura en Communications a través del programa internacional **AMERICOM.**[15]

AMERICOM es una institución de educación superior en el sistema de estudios norteamericano que surge de la afiliación académica entre el Miami Dade Community College y la Universidad del Valle de México. Para entender un poco el contexto, en los Estados Unidos los estudios universitarios se dividen en dos grados completos: el Associate in Arts (AA) que consiste en los dos primeros años de carrera y el Bachelor in Arts (BA), que corresponde a un grado de licenciatura en México. Bajo este esquema, el estudiante que termine los dos primeros años (AA) pueden elegir concretar los restantes (BA) en una universidad canadiense o estadounidense. En caso de querer concluir sus estudios en México, el estudiante es transferido a la carrera de Ciencias de la Comunicación de nuestra universidad graduándose como cualquier otro estudiante de la licenciatura.

El programa de estudio está dividido en tres áreas:

Área común: Integrada por materias de la enseñanza del idioma inglés, matemáticas, ciencias sociales, ciencias naturales y humanidades.
Las materias son impartidas en inglés.

Área básica: Integrada por materias de las ciencias sociales y por materias propias de la licenciatura en Comunicación. Las primeras son impartidas en inglés y las de la carrera ya son español porque se integran a nuestra licenciatura.

Área de especialización profesional. Materias del área de Comunicación.

El programa de estudios de la Licenciatura en Comunicación por Americom cuenta con la clave de la SEP G198018400901 para el campus Querétaro con vigencia a partir de enero de 1995.

BIBLIOGRAFÍA

[1] SEP: Reconocimiento de Validez Oficial del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación del Campus Querétaro de la UVM, Dirección General de Educación Superior, 1991

[2] UVM: Fundamentación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México, 1994

[3] UVM: La Universidad del Valle de México y su Modelo Educativo Siglo XXI. DGCII. México, 1997

[4] UVM: La Universidad del Valle de México y su Modelo Educativo Siglo XXI. D.G.C.I.I. México, 1997

[5] UVM: Díptico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

[6] UVM: Carpeta de cuestionarios para docentes, egresados, empleadores y alumnos: Elaborados por la Dirección General de Métodos Educativos. Dirección del Departamento Ciencias Económico Administrativas y Sociales, Campus Querétaro, México 1999

[7] UVM: Manual Básico de Evaluación Curricular Mes XXI. Vicerrectoría Académica. Dirección General de Métodos Educativos. México, 1993

[8] Actualización de Planes y Programas de Estudio Ciencias de la Comunicación Dirección General de Desarrollo Curricular. México, 2001.

[9] UVM: Reglamento General de Estudiantes. Mayo, 1999

[10] UVM: Fundamentación de la Especialidad. Comunicación Audiovisual México, 1999.

11 UVM: Antología: Bases conceptuales sobre la evaluación del aprendizaje. Vicerrectoría Académica. Dirección General de Métodos Educativos. México, 1995.

12 UVM: Modelo Educativo Siglo XXI Lineamientos básicos para la conformación de los nuevos planes y programas de estudio del nivel licenciatura. Vicerrectoría Académica. Dirección General de Normatividad. México agosto, 1994.

13 UVM: Actualización de planes y programas de estudio para Ciencias de la Comunicación. Secretaría General Académica. Dirección General de Desarrollo Curricular. México. Enero del 2001

14 UVM:Reglamento Aplicable a Estudiantes de Licenciatura Mes XXI. Título 5°. Mayo de 1999

[15] UVM: Folleto promocional de The American International College of Mexico (AMERICOM).

Listado de materias que se abren para la carrera de Ciencias de la Comunicación para el periodo 2/2001 (se incluyen materias de otras áreas pero que forman parte de nuestro mapa curricular)

AREA	ASIGNATURA	DOCENTE ASIGNADO	PERFIL DOCENTE DESEADO
Identidad Universitaria	Comunicación	Lic. Gonzalo Loy Lic. Verónica Rodríguez Lic. Alejandra López Mtra. Sara González Mtro. Benjamín Islas Lic. Eloísa Valerio Mtro. Pedro Jaimes	Lic. en Comunicación o Periodismo
	Herramientas Computacionales	Ing. Santiago Fernández Mtro. Ubaldo Chávez Ing. Isabel Mendoza Ing. José A. Salgado	Lic. en Sistemas Computacionales
	Entorno Sociopolítico y Económico de México	Lic. Jaime Montiel Lic. Sofía de la Rosa Dr. Luis F. Samayoa CP. Gilberto Linares Lic. Ma. Teresa Mendoza	Maestría en Economía
	Pensamiento Crítico	Lic. Skidmore Smith Lic. Salvador Ruíz	Maestría en Sociología, Filosofía o Psicología
	Calidad para la globalización	Mtro. Luis López Amaya Lic. Alonso Loera Mtro. Jorge Luis Martínez Mtro. Fernando Servín Mtro. Enrique Villalpando Mtro. Juan Manuel Vizcaíno	Maestría en Administración con Especialidad en Calidad

	Prospectiva	Lic. Jaime Montiel Mtro. Fenando Cervera	Maestría en Economía
Básica Profesional	Análisis del Discurso	Mtro. Benjamín Islas *	Maestría en Comunicación, Lingüística o Letras.
	Bases Teórico-Metodológicas para la Investigación	Lic. Salvador Ruíz Mtro. Gabriel Guadarrama Lic. Gonzalo Loy Mtro. Isaías Valadez	Maestría en el Área de Ciencias Sociales con perfil de Investigador
	Ciencia Política y Comunicación	Mtra. Elena Soria	Maestría en Comunicación, Ciencias Políticas o Sociología
	Desarrollo de los Medios en México	(No asignado)	Licenciatura en Periodismo o Comunicación
	Estadística para las Ciencias Sociales	*	
	Estética y Apreciación de cine	Cam. Juan Arturo Fernández	Lic. en Comunicación, Cine o Letras.
	Filosofía de la Comunicación I	Lic. Skidmore Smith	Maestría en Comunicación o Filosofía
	Géneros Periodísticos	*	Lic. en Comunicación, Periodismo o Letras
	Introducción al Periodismo	Mtra. Irma Villaseñor Mtra. Liliana Bollaín	Lic. en Comunicación, Periodismo o Letras
	Informática Aplicada a C. De la Com.	Ing. Isabel Mendoza Mtra. Martha Vega Ing. Paula Aguayo	Lic. en Comunicación, Diseño Gráfico o Sistemas Computacionales
	Informática Avanzada en C. De la Com.	Mtra. Martha Vega	Lic. en Comunicación, Diseño Gráfico o Sistemas Computacionales
	Introducción al Lenguaje Audiovisual	Lic. Rafael Subías	Lic. en Comunicación, Diseño Gráfico, Cine o Fotografía
	Investigación de la Comunicación I	Mtro. Benjamín Islas *	Maestría en Comunicación o en Ciencias Sociales
	Psicología de la Comunicación	Lic. José M. Ugalde	Maestría en Psicología o Comunicación
	Movimientos Culturales del Siglo XX	Profa. Corina Escamilla	Maestría en Historia del Arte

	Planeación de la Comunicación	Dra. Pilar Thompson * Mtra. Irma Villaseñor *	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas
	Principios de Admón. Y Contabilidad	CP. José Luis Sarmiento	Maestría en Administración
	Semiología y Comunicación	Mtro. Benjamín Islas *	Maestría en Comunicación, Letras, Lingüística, Filosofía .
	Sociología de la Comunicación	Lic. Eloísa Valerio Mtro. Pedro Jaimes	Maestría en Comunicación, Sociología o Ciencias Humanas
	Taller de Expresión Oral	*	Maestría en Comunicación
	Taller de Fotografía	Lic. Brenda Romero	Lic. en Comunicación, Diseño Gráfico o Fotografía
	Taller de Fotografía Profesional	Carlos Monge	Lic. en Comunicación, Diseño Gráfico o Fotografía
	Taller de Medios Audiovisuales	Lic. Martha Ramírez	Lic. en Comunicación, Diseño Gráfico o Fotografía
	Taller de Radio	Lic. Israel Pérez *	Lic. en Comunicación
	Taller de Redacción	Lic. Eloísa Valerio	Lic. en Comunicación, Letras o Lingüística
	Taller de Televisión	*	Lic. en Comunicación, Cine o Diseño Gráfico
	Teorías de la Comunicación	Lic. Arturo Rodríguez V.	Maestría en Comunicación
	Fundamentos de Publicidad	Lic. Ma. Luz Fernández B.	Especialidad o Licenciatura en Mercadotecnia, Publicidad o Comunicación
	Taller de Producción Editorial	Mtro. Pablo Landín	Lic. en Comunicación, Diseño Gráfico o Periodismo
	Fundamentos de Mercadotecnia	Lic. Edgardo Duarte Mtro. Miguel Angel Garces Mtro. Luis Nava Lic. Feregrino Secatti	Especialidad o Licenciatura en Mercadotecnia, Publicidad o Comunicación
Especialización profesional	Ética profesional en Ciencias de la Comunicación	*	Lic. en Comunicación, Periodismo

(obligatorias			
	Literatura Contemporánea	*	Lic. en Comunicación o Letras
	Metodología de la investigación en Ciencias Sociales	Lic. Verónica Venegas Dra. Ritaesther Dorantes	Maestría en Ciencias Sociales con perfil de Investigación
	Taller de Posproducción en radio	Lic. Israel Pérez	Lic. en Comunicación
	Taller de Posproducción en TV	(No asignado)	Lic. en Comunicación
	Fundamentos de la Imagen Corporativa	Dr. Carlos Vizcaíno	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas
	Diagnóstico y Aplicación de la Imagen	Dr. Carlos Vizcaíno*	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas
	Guión de Ficción	Lic. Norma Ávila	Maestría en Comunicación o Letras
	Comunicación Organizacional	Mtra. Irma Villaseñor Lic. Ernesto Ravelo	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas
	Diseño e Iluminación de Medios Audiovisuales	Lic. Rafael Subías *	Lic. en Comunicación
Especialización profesional (optativas)	Taller de Periodismo en Radio y TV	(No asignado)	Lic. en Periodismo o Comunicación
	Psicología del Mexicano	Lic. Ma. Elena Suero	Maestría en Psicología, Comunicación o Sociología
	Planeación de Contenidos	*	Maestría en Comunicación
	Taller de Periodismo Géneros de Información	*	Lic. en Periodismo o Comunicación
	Taller de Video	Mtro. Luis D. Domínguez	Lic. en Comunicación o Cine
	Actuación Creativa	*	Lic. en Arte Dramático o Comunicación
	Estrategia de Medios	Mtro. Benjamín Islas	Maestría en Comunicación o Publicidad
	Programas de Relaciones Públicas	Lic. Gabriela Ahumada *	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas

	Relaciones Públicas y Alta Dirección	Lic. Ligia Fernández *	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas
	Desarrollo Organizacional	Lic. Gabriela Ahumada	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas
	Relaciones Públicas Internacionales	Lic. Gabriela Ahumada*	Maestría en Comunicación, Administración o Relaciones Públicas
	Investigación de Mercados I	Mtro. Luis Nava	Maestría en Mercadotecnia o en Administración con especialidad en Mercadotecnia
	Desarrollo de Nuevos Productos	Mtra. Bertha Paz	Maestría en Mercadotecnia o en Administración con especialidad en Mercadotecnia
	Publicidad Integral	Lic. Juan Vargas	Maestría en Mercadotecnia, Publicidad o en Administración con especialidad en Mercadotecnia
	Psicología Social de las Organizaciones	Lic. Alonso Loera	Maestría en Psicología o en Recursos Humanos
	Técnicas de Negociación	Dra. Ritaesther Dorantes Dra. Pilar Thompson	Maestría en Administración con especialidad en Negociación
	Historia del Arte II	Lic. Norma Ávila	Maestría en Historia del Arte
	Semiótica de la Imagen	Lic. Blanca Lira	Maestría en Comunicación Visual
	Investigación de la Opinión Pública	Mtra. Liliana Bollaín *	Maestría en Comunicación o en Análisis Político
Desarrollo Integral	Desarrollo Comunitario	Mtra. Patricia Carlos D. Lic. Laura Mendizabal Lic. Salvador Ruíz Lic. Ángeles Hernández	Licenciatura en Psicología
	Desarrollo Emprendedor	Mtro. Luis Nava	Maestría en Administración con especialidad

BIBLIOGRAFIA

[1] UVM: Aspectos pedagógicos del Mes XXI. Tlamentini, 19991

[2] UVM: Estándares Académicos. Rectoría, 1998

[3] UVM: Políticas y Criterios de Contratación Docente. Dirección de Factor Humano, 1996

[i] Manual de Inducción.

[ii] Programa de Formación Docente, Informática e Idiomas. Invierno/primavera 2000.

[4] UVM: Folleto ¿Sabes qué es el SIED y cómo está integrado? Rectoría y Líderes de Evaluación Docente

[5] UVM: Programa de Desarrollo Docente. Campus Querétaro. Dirección de Educación Continua 1999

[6] UVM: Políticas de Reclutamiento y Selección del Personal Docente y Administrativo

[7]UVM: Políticas de Inducción al Personal Administrativo (FH4-N0E) Versión Primera, 1995

[8] UVM: Estatuto General 1999. Dirección General de Normatividad 1999 (p1-1,2,3)

[9] UVM: Lineamientos para promoción del personal administrativo con base en la antigüedad en su puesto y a su excelente desempeño. Contraloría General de Servicios de Apoyo. Dirección General de Factor Humano.

[10] UVM: Manual Docente 2/2000. Campus Querétaro

[11] UVM: Plan de Trabajo de Academia. Coordinaciones Académicas del Campus Querétaro. Julio 2001

V. Recursos Humanos

5. Recursos Humanos

Personal académico

La docencia es una de las funciones sustantivas de toda universidad. Por esta razón, el personal académico es uno de los ejes centrales de los esfuerzos encaminados al logro de la Excelencia Educativa.

En la UVM, el personal docente es la base del desarrollo del Modelo Educativo Siglo XXI, el cual dirige el proceso de enseñanza-aprendizaje en cumplimiento de la Misión Institucional. [1]

Bajo esta perspectiva, el objeto principal de esta variable fue examinar aquellos aspectos relativos al cuerpo docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación, tanto de tiempo completo como de asignatura, referidos a su formación académica, a su experiencia profesional y docente, a los criterios de selección y remuneración, a su capacitación y evaluación y a la distribución de la carga académica, entre otros.

Los datos que a continuación se presentan se refieren al periodo 2/2001 que iniciará el 20 de agosto. Cabe mencionar que en este listado faltan tres docentes por asignar pero como aún desconocemos quiénes serán, no es posible especificar su sexo y grado académico, aunque con seguridad, uno de ellos será docente de medio tiempo y los otros dos de asignatura.

Distribución del personal académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación según su grado, condición y sexo. (Periodo 2/2001)

	Tiempo Completo		Medio Tiempo		Asignatura		Otro		Total	
GRADO ACADÉMICO	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
	Total		Total		Total		Total		Total	
TECNICOS	----	----	----	----	1	1	----	----	1	1
	----		----		2		----		2	
PASANTES	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
	----		----		----		----		----	
LICENCIATURA	1	----	4	6	12	19	----	----	17	25
	1		10		31		----		42	
ESPECIALIDAD	----	----	1	----	----	----	----	----	1	----
	----		1		----		----		1	
MAESTRÍA	----	----	2	2	5	15	----	----	7	17
	----		4		20		----		24	
DOCTORADO	----	----	1	----	1	3	----	----	2	3
	----		1		4		----		5	

11 candidatos a Maestro

1 candidato a doctor

1 16 57 17 74

En este cuadro se está considerando el total de profesores por grupo materia que impartirán clase en la carrera de Ciencias de la Comunicación, incluyendo materias de tronco común o que son compartidas con otras carreras. Cabe destacar que en estos datos no se está incluyendo a los docentes que impartirán idiomas a nuestros estudiantes.

Es importante señalar que en el rubro de docentes que aparecen en licenciatura como grado máximo de estudios, once de ellos son **candidatos a maestros** y uno de los que aparecen en el rubro de maestría es candidato a doctor.

Así pues, en el Programa Académico de Ciencias de la Comunicación imparten clase 73 docentes. La distribución del profesorado por área del Plan de Estudios es la siguiente:

ÁREA DEL PLAN DE ESTUDIOS	NÚMERO DE DOCENTES
Identidad Universitaria	17
Desarrollo Integral	19
Básica Profesional y Especialización Profesional	37

Personal académico de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (Perfil y tiempo de dedicación a la docencia y otras actividades)

De acuerdo a los estándares institucionales y a las disposiciones reglamentarias del Campus, la distribución del horario y de las actividades del personal de tiempo completo es la siguiente:[2]

A) Académicos de Prácticas de Centro. Veinte horas de clase frente a grupo, siete de apoyo a la docencia, seis horas de asesoría y siete horas de evaluación y retroalimentación a calificaciones, tareas, ejercicios, prácticas y guías de estudio.

20 aula
7 doc
6 ases
7 eval
40

B) Funcionarios Académicos. Tres, seis o nueve horas de clase directa; una, dos o tres horas de apoyo a la docencia y las restantes horas de administración.

En ambos casos el total de horas es de cuarenta.

El rubro de apoyo a la docencia hace referencia al tiempo destinado para la preparación de clases, la elaboración del material didáctico y la elaboración y calificación de exámenes.

Las horas de administración incluyen todas las actividades que conciernen al puesto desempeñado por los funcionarios académicos.

En lo que toca a los docentes de asignatura, su actividad primordial es la docencia; sin embargo, el plan de trabajo de su academia les demanda su participación en las tres funciones sustantivas de la Universidad. De esta manera, en el rubro de la docencia, los profesores realizan su planeación didáctica, elaboran material didáctico, reactivos y prácticas. En el rubro de investigación, aunque en esta área el trabajo es incipiente, recopilan información sobre tópicos diferentes y apoyan a estudiantes en proyectos de investigación para la acreditación de ciertas materias. Por último, en el rubro de Extensión Académica, los docentes organizan ciclos de conferencias, realizan visitas a diferentes empresas e instituciones y apoyan la realización de proyectos con comunidades, como es el caso de Santa Rosa Jáuregui o Cadereyta. No obstante, no se puede precisar el número de horas que dedican a cada una de estas actividades ya que sólo se poseen los resultados y productos que cada Academia entrega al finalizar el ciclo escolar.

Anexo a este documento se presenta una relación del personal académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación, haciendo notar que en esta lista no se incluyen docentes que imparten clases en el Área de Identidad Universitaria (excepto los que imparten Comunicación), del Área de Desarrollo Integral ni del Área de Idiomas, por pertenecer todos ellos a otras academias con diferentes perfiles. En el caso de las materias del Área de Especialidad, únicamente se está reportando en esta relación a los docentes que imparten materias de esta área sólo para materias de Ciencias de la Comunicación, eliminando, por ende, a los que imparten materias del área de Especialidad pero que pertenecen a otras carreras como Diseño Gráfico, Mercadotecnia, Psicología o Administración.

Contratación del profesorado

En el Campus Querétaro de la UVM, el reclutamiento y la selección del personal académico se da a través de un proceso claramente definido, regido por las normas y políticas de Reclutamiento y Selección de Personal a nivel institucional. [3]

Este proceso de reclutamiento y selección del cuerpo docente está dividido en etapas. Primero se recibe a los candidatos que pueden llegar a la universidad ya sea por voluntad propia, respondiendo a solicitud explícita de la universidad, por recomendación o por cualquier otro medio. Los candidatos llenan una solicitud de empleo y pasan a una primera entrevista denominada filtro; si cubren los requisitos se turnan a una entrevista profunda con la Coordinación Académica del Departamento de Ciencias Sociales. Posteriormente, se realiza la evaluación psicométrica correspondiente. Después, se evalúan los conocimientos de informática y el nivel de inglés de cada candidato. En la siguiente etapa se lleva a cabo una clase modelo ante una comisión de funcionarios y catedráticos de la universidad. Si todas las etapas son cubiertas satisfactoriamente, se procede a la contratación e inducción respectivas.

A todo docente de nuevo ingreso se le ubica en una categoría salarial, con base en la puntuación obtenida en el Sistema de Ingreso, Permanencia y Promoción (SIPP).

Los documentos que se requieren para ingresar a la UVM son los siguientes:

a) Currículum vitae formato SEP, con copia de los documentos que lo avalen
b) Inventario del talento humano
c) Certificado del fondo de retiro y el RFC
d) Comprobante de afiliación en alguna institución de seguridad pública
e) Acta de nacimento
f) Comprobante de domicilio
g) 6 fotografías a color tamaño infantil
h) Formato FM2 o FM3 para extranjeros
i) Constancias de percepciones e impuestos (HISR-5) del año actual
j) Documento confirmatorio del crédito al salario

Asimismo, para que un candidato ingrese a la universidad, se requiere:

a) Cubrir el perfil del puesto
b) No ser familiar en línea directa de empleados (es permitido siempre y cuando uno sea administrativo y el otro académico de asignatura y que sean de diferentes campi o bien, cuando sea autorizado por la Rectoría).

El número de horas máximo a cubrir por un docente de asignatura es de 17 horas.

Inducción al personal docente

El docente de nuevo ingreso al integrarse a la institución recibe inducción de la siguiente manera:

I. De forma individual, por parte de su Coordinador de Academias, enfocándose principalmente a la parte concerniente a la labor docente:

- Integración y trabajo en academias
- Planeación docente
- Registros de asistencia y puntualidad
- Problemática estudiantil
- Evaluación docente
- Llenado y entrega de actas de calificaciones
- Calendarios de evaluación
- Etc.

II. La Dirección de Relaciones Públicas en colaboración con el Departamento de Factor Humano y las Coordinaciones de Academia, organizan el Desayuno de Bienvenida denominado "Desde Hoy Linces", en el cual el Rector Institucional y el de campus dan la bienvenida a todo el personal docente y administrativo, se difunde el conocimiento de la institución mediante un video institucional y se genera la convivencia entre todos los participantes.

III. La Dirección de Factor Humano realiza un curso de inducción en colaboración con las Coordinaciones de Academias, Dirección de Servicios Escolares y Rectoría, cubriendo los siguientes aspectos:[i]

- Aspectos administrativos del Departamento de Servicios Escolares
- Estructura del campus
- Sistema de Evaluación Docente
- Prestaciones y reglamento
- Vinculación académico - deportiva
- Formación docente

IV. El Departamento de Educación Continua organiza dentro de sus programas de capacitación y formación docente el curso denominado "Fundamentos del mes XXI", el cual difunde la Misión, Filosofía y Modelo Educativo de nuestra institución. Este curso es obligatorio para el personal de nuevo ingreso.[ii]

Durante la inducción realizada por los Coordinadores de Academia y la Dirección de Factor Humano, al docente se le entrega la siguiente información académica y administrativa:

- Plan de estudios de las carreras o carrera en que impartirá clase
- Manual docente
- Reglamento de academias
- Sistema Integral de Evaluación Docente S.I.E.D.
- Reglamento de estudiantes
- Conozcámonos (revista informativa del campus)

Programas de promoción dirigidos al profesorado

Como mencionábamos en la parte de contratación, los docentes de nuevo ingreso son ubicados en alguna de las diez categorías del **Sistema de Integración, Permanencia y Promoción SIPP** de acuerdo a su trayectoria profesional, formación académica, capacitación y experiencia docente. Una vez al año, la universidad convoca a los docentes a participar en la promoción del SIPP para mejorar la categoría en la que están ubicados actualmente, y por tanto, del costo-hora que percibe por la impartición de sus clases.

Asimismo, el campus Querétaro de la UVM tiene en operación un programa de estímulos para todo su personal académico. Este programa se denomina Reconocimiento por Desempeño Académico y ha sido creado para motivar la actividad docente, a fin de que sea desarrollada con mayor calidad y trascendencia. Este reconocimiento es de tipo económico y honorífico y sus beneficios están orientados a todo el personal que imparte clases. Dicho reconocimiento es independiente al SIPP del personal docente y su aplicación se efectúa al término de cada ciclo escolar. [4]

Los requisitos que deben cubrirse para obtener el reconocimiento por desempeño académico son los siguientes:

1. Tener año y medio de experiencia docente en la UVM
2. Obtener como resultado de la aplicación del "Cuestionario de opinión estudiantil sobre el desempeño docente", en el periodo sujeto a evaluación, la categoría de "Excelente" en cada uno de los grupos materia que impartió.
3. Cubrir por lo menos el 95% de asiduidad en cada uno de los grupos-materia impartidos durante el periodo sujeto a evaluación.
4. Obtener un porcentaje de rendimiento mínimo de 90 en el cumplimiento de las actividades y/o productos encomendados en la(s) academia(s) a las que pertenece, conforme al plan de trabajo a desarrollar que contempla las áreas sustantivas de la universidad: docencia, investigación y extensión. El puntaje real se determina considerando indicadores como oportunidad, cantidad, calidad, trascendencia y originalidad.[11]
5. Cumplir en las fechas establecidas institucionalmente con la entrega de calificaciones del o los grupos-materia que impartió.
6. Acreditar cursos o eventos de Desarrollo Docente y Profesional, lo cual comprende:

a) participación en eventos académicos nacionales o internacionales
b) Impartir cursos dentro y/o fuera de la UVM (con evaluación de "excelente" y con una duración mínima de 20 horas) y
c) Acreditar cursos de formación docente, de especialización profesional, de inglés y/o de informática, de acuerdo a metas establecidas.

7. Obtener como resultado del cuestionario de opinión estudiantil sobre prácticas escolares y actividades extra-aula, un puntaje promedio mínimo de 14.8 en asignaturas teóricas y prácticas, en los grupos-materia que impartió.

El Reconocimiento por Desempeño Académico se otorga a los docentes que obtuvieron como mínimo el 90% de cumplimiento en todos y cada uno de los factores señalados, considerando que son los requerimientos esenciales para evaluar el desempeño docente. Este incentivo forma parte del Sistema Integral de Evaluación Docente SIED. [4]

El monto económico del reconocimiento fluctúa entre el 10% y el 100% del total de percepciones en todo el periodo escolar, dependiendo del porcentaje promedio de cumplimiento de cada uno de los factores.

Programas de actualización docente

Actualización pedagógica. Los docentes cuentan con el Programa de Desarrollo Docente, cuyo objetivo es proporcionar a los catedráticos los conocimientos, habilidades, estrategias y actitudes que contribuyan a su desarrollo docente, actualización profesional y al dominio de los lenguajes del inglés y la informática. Este programa se divide en cuatro líneas de desarrollo con diferentes cursos cada una, a saber: [10]

1) Formación Docente (480 horas)

- Área Mes XXI — 7 cursos
- Área Básica Educativa — 4 cursos
- Área de Práctica Profesional Docente — 5 cursos
- Área de Investigación — 4 cursos

2) Actualización Profesional (420 horas)

- Cuenta con más de 20 cursos, talleres o seminarios de Desarrollo Profesional

3) Informática (120 horas)

- Nivel Básico — 1 curso
- Nivel Intermedio — 2 cursos
- Nivel Avanzado — 3 cursos

4) Inglés (400 horas)

Son cinco niveles de 80 horas cada uno [5]

La línea de Formación Docente constituye la columna vertebral del Programa de Desarrollo Docente ya que se orienta al desarrollo de conocimientos, habilidades y valores fundamentales para el ejercicio profesional de la docencia, bajo la perspectiva del MES XXI.

Su objetivo específico es proporcionar una formación que contribuya a hacer de la práctica docente universitaria, una actividad que vincule la docencia e investigación, elevando así la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Cabe aclarar que los cursos, seminarios y talleres no proporcionan grados académicos oficiales, no obstante, si tienen valor curricular. Asimismo, bajo los auspicios del programa de capacitación institucional de la UVM, se ofrecen estudios de posgrado para sus colaboradores administrativos y académicos. Estos programas incluyen la maestría en Ciencias de la Educación y la maestría en Administración, las cuales sí proporcionan grados académicos oficiales de maestría.

La capacitación disciplinaria aún es reducida; sin embargo, el personal docente que labora en el Centro de Comunicación generalmente recibe capacitación en su área cuando se adquiere o cambia material de producción de radio y televisión principalmente. Actualmente, se están gestionando los primeros cursos de capacitación para las dos Academias de la carrera, Comunicación y Medios de Comunicación, referentes al diseño multimedia.

Sistema de evaluación del personal académico

A fin de conocer el grado de eficacia con que el personal docente realiza sus funciones, la UVM ha instrumentado el Sistema Integral de Evaluación Docente (SIED).
Cada periodo escolar se lleva a cabo la evaluación del desempeño de todo el pesonal académico, con base en diferentes instrumentos y registros.

El SIED incluye cuatro grandes rubros:

- ✓ Opinión Estudiantil. Se recaba a través de un cuestionario que consta de 20 reactivos divididos en cuatro aspectos: planeación didáctica, realización, evaluación y aspectos generales del desempeño docente.

- ✓ Trabajo de Academias. Se refiere a las actividades que el docente desempeña durante el ciclo escolar al interior del cuerpo colegiado al cual pertenece. Estas actividades van desde la asistencia a Juntas Magnas y por Academia, hasta los compromisos particulares que cada docente establece con el Presidente de la misma, tales como: planeación didáctica, elaboración de reactivos y prácticas, revisión de manuales y guías, elaboración de material didáctico, visitas, conferencias, entre otras cosas.

- ✓ Formación Docente. Hace referencia a los cursos de Desarrollo Docente que el catedrático debe acreditar durante el periodo escolar, con la finalidad de mejorar su desempeño académico.

- ✓ Cumplimiento Administrativo. Aquí se evalúa al profesor en relación al cumplimiento de la normatividad establecida para la entrega oportuna de actas parciales y otros requerimientos administrativos. Asimismo, se evalúa su asistencia a clases. [4]

Personal administrativo, técnico y/o de servicio

En la UVM el personal administrativo, técnico y/o de servicios es llamado personal administrativo en general, es decir, no hay subdivisiones. A continuación presentaremos cómo se realizan los procesos de reclutamiento, selección, inducción y evaluación del personal administrativo. [6]

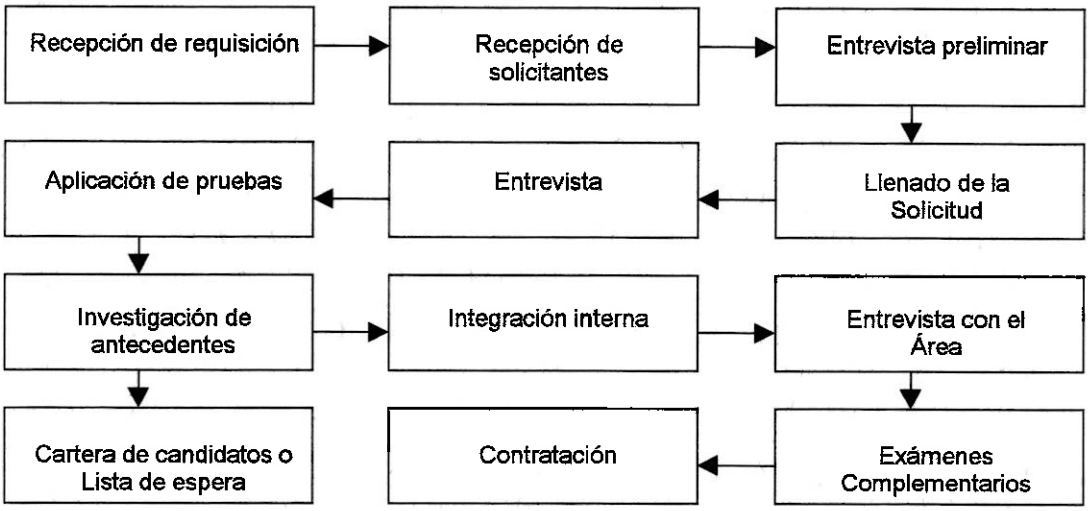
Reclutamiento y selección

Una vez que se genera una vacante en una de las direcciones de departamento del campus, ésta elabora una requisición de personal, la cuál es entregada a la Dirección de Factor Humano para realizar el proceso de reclutamiento y selección de la persona a cubrir dicho puesto. Este proceso primeramente se lleva a cabo de manera interna, es decir, se buscan empleados que cubran las características especificadas en la requisición para ser promovidos y, en caso de no encontrarse candidatos, la vacante se publica al exterior de la institución, con la finalidad de formar una terna de candidatos

para que el director del área seleccione a uno de ellos y se inicie el proceso de contratación.

La publicación de la vacante se hace por medio de las diversas asociaciones e instituciones que conforman el sistema estatal de empleo, con las cuales se tiene un permanente intercambio de cartera de candidatos en función de los puestos más solicitados para cada uno de los participantes de este grupo, permitiéndonos participar en eventos tales como ferias de empleo estatales y especiales, logrando así tener una mayor cantidad de candidatos en cartera de trabajo.

El proceso de reclutamiento y selección del personal administrativo que se lleva a cabo para realizar una contratación en el campus es el que se detalla a continuación:



Actualmente, el proceso de aplicación de pruebas, es decir, de evaluación psicométrica de los candidatos a ocupar un puesto dentro de la institución se realiza de acuerdo al nivel del puesto a ocupar (directivos, mandos medios y operativos). Para ello, se cuenta con una batería de pruebas específicas para cada nivel en función de las áreas a evaluar.

Los exámenes complementarios comprenden el examen médico, el examen de ubicación de inglés y el examen de ubicación de informática, siendo estos últimos en función del puesto vacante: son obligatorios a nivel directivo, mandos medios y operativos y siendo opcionales en los puestos de mantenimiento, vigilancia y transporte. Los candidatos egresados de nuestra institución quedan exentos de los dos últimos exámenes.

Inducción

Los procesos de inducción que se desarrollan en la UVM, van orientados a facilitar la adaptación e integración del personal de nuevo ingreso. Este proceso incluye dos partes: inducción a la institución e inducción al puesto. [7]

a) Inducción a la institución

Instrumentos	Medios	Periodicidad	Duración	Evaluación	Responsable
Recorrido por el campus	Presentación de los directores de departamento. Conozcámonos	En la primera semana de ingreso	1 hora		Factor Humano y o Relaciones Públicas
Curso de inducción	Manual de inducción institucional. Conozcámonos, vídeo de reglamento, presentación de curso de inducción	Trimestral	6 horas (En dos sesiones)	Del contenido	Factor Humano
Desayuno	Vídeo institucional, presentación de principales autoridades y funcionarios	Semestral	2 horas		Factor Humano y Extensión y Serv. Institucionales

b) Inducción al Puesto

Medios	Instrumentos	Periodicidad	Duración	Evaluación	Responsable
Plática en la contratación	Reglamento interior de trabajo, manual de prestaciones, reloj checador o listas de asistencia.	Única	20 minutos		Factor Humano
Presentación con el jefe inmediato y compañeros	En el lugar de trabajo	Única	15 minutos		Factor Humano
Plática con el jefe inmediato	Descripción del puesto	En función de las necesidades del área	3 meses		Jefe inmediato

Programas de capacitación administrativa

En el anexo de este capítulo se presenta un listado de los cursos de capacitación administrativa.

Promoción administrativa

La permanencia y el desarrollo del personal administrativo, técnico, de servicios y de apoyo, depende de los procesos vinculados a la remuneración, capacitación, evaluación del desempeño y promoción, como se establece en el título tercero, capítulo segundo del artículo 26, fracción séptima del Estatuto General. [8]

Los lineamientos para la promoción del personal administrativo se dan con base en su antigüedad en el puesto y a la excelencia en su desempeño. Existen tres niveles de tabulación para el personal administrativo, el A, el B y el C.

Todo el personal de nuevo ingreso se contrata en el grupo A de su nivel de tabulador. Para pasar del grupo A al grupo B se requieren 3 años de antigüedad en el puesto además de un excelente desempeño. Para pasar del grupo B al C se requieren 5 años de antigüedad en el puesto, excelente desempeño y dos años de haber sido promovido del grupo A al B.

El desempeño se tomará con base en las dos últimas evaluaciones semestrales.[9]

Evaluación

La evaluación del desempeño es normada a nivel central y realizada en los campus por la Dirección de Factor Humano. Esta evaluación, realizada por el jefe inmediato y por tres clientes como mínimo, se encuentra estrechamente relacionada con la promoción e incremento salarial que eventualmente puede darse en el personal administrativo.

En la evaluación realizada por el Jefe Inmediato se considera el análisis de dos factores organizacionales: el desempeño (cantidad, calidad y oportunidad) y la actuación (conocimiento del puesto, responsabilidad, organización , actitud hacia el trabajo y relaciones interpersonales).

En la evaluación del desempeño realizada por los clientes, se consideran cuatro factores de actuación: oportunidad en la entrega del producto o servicio, requerimientos solicitados, calidad del producto o servicio y trato al cliente.

BIBLIOGRAFIA

[1] UVM: Aspectos pedagógicos del Mes XXI. Tlamentini, 19991

[2] UVM: Estándares Académicos. Rectoría, 1998

[3] UVM: Políticas y Criterios de Contratación Docente. Dirección de Factor Humano, 1996

[i] Manual de Inducción.

[ii] Programa de Formación Docente, Informática e Idiomas. Invierno/primavera 2000.

[4] UVM: Folleto ¿Sabes qué es el SIED y cómo está integrado? Rectoría y Líderes de Evaluación Docente

[5] UVM: Programa de Desarrollo Docente. Campus Querétaro. Dirección de Educación Continua 1999

[6] UVM: Políticas de Reclutamiento y Selección del Personal Docente y Administrativo

[7] UVM: Políticas de Inducción al Personal Administrativo (FH4-N0E) Versión Primera, 1995

[8] UVM: Estatuto General 1999. Dirección General de Normatividad 1999 (p1-1,2,3)

[9] UVM: Lineamientos para promoción del personal administrativo con base en la antigüedad en su puesto y a su excelente desempeño. Contraloría General de Servicios de Apoyo. Dirección General de Factor Humano.

[10] UVM: Manual Docente 2/2000. Campus Querétaro

[11] UVM: Plan de Trabajo de Academia. Coordinaciones Académicas del Campus Querétaro. Julio 2001

(¿de quién es esta ficha?)

Tipo de adscripción: Administrativo. Académico de Prácticas de Televisión (Tiempo completo)

Currículum Vitae: Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Valle de México, Campus Tlalpan. Ha participado en el desarrollo del proyecto "Tele Valle" del campus Tlalpan, también fue una de las creadoras del proyecto "Radio Fusión Universitaria". Profesionalmente, dentro de la UVM se ha desempeñado como auxiliar de los laboratorios de fotografía, medios audiovisuales, radio y televisión del Centro de Comunicación. En el campus Querétaro se desempeña como académico de prácticas de televisión y es la encargada de realizar el proyecto de circuito cerrado de televisión que se pondrá en marcha en los próximos semestres.

Nombre: **Carlos Monge Aldrette** TÉCNICO
Grado y área de formación académica: Camarógrafo especialidad en Foto Color y Medios Audiovisuales.
Asignación de sus actividades académicas: 12 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No (asesor)
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Camorógrafo por el C.U.E.C. (UNAM). Especialidad en Fotografía a Color y Medios Audiovisuales por el Bournemouth and Poole College of Art. Profesionalmente, se ha desempeñado como jefe de la oficina de Prensa y Métodos Audiovisuales en la Delegación de Coyoacán, Responsable de Producción en Oficina de Medios y Materiales Educativos del Instituto Tecnológico de Querétaro. Durante 20 años fue profesor de fotografía en el Tecnológico de Monterrey, Campus Querétaro, docente en el área de Maestría y productor del Centro Interdisciplinario de Investigación y docencia en Educación Técnica. Actualmente labora como docente de Fotografía Profesional en la UVM y gerente de la compañía Monge Publicidad.
Ha publicado artículos y fotografías en diferentes revistas nacionales e internacionales.

Nombre: Pablo Landín Sánchez
Grado y área de formación académica: Lic. en Diseño Gráfico, Master en Diseño y Comunicación Multimedia.
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No ha realizado
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad del Valle de México, Campus Querétaro. Master en Diseño Gráfico y Comunicación Multimedia por el TRACOR, Ther Arts Institute, Madrid España. Ha trabajado como director de Arte en Calendarios y Propaganda, S.A., Pastiempos Ga" S.A. y Don Clemente Inc. Actualmente se desempeña como Diseñador W Editorial y Fotógrafo Digital de R&A Marketing, y Docente de Asignatura er Universidad del Valle de México, Campus Querétaro.

Nombre: **Rafael Subías Gordillo**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación. Candidato a Maestro en Administración.
Asignación de sus actividades académicas: 9 horas frente a grupo; 3 horas de apoyo a la docencia; 27 horas de administración y 1 hora de presidencia de academias.
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Administrativo. Coordinador del Centro de Comunicación

Currículum Vitae: Coordinador del Centro de Comunicación: Lic. Rafael Subías Gordillo, Coordinador del Centro de Comunicación Egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad del Valle de México, Campus Querétaro, candidato a Maestro en la Maestría en Administración con Especialidad en Comercialización Estratégica en la UVM. Cuenta con un Diplomado en Informática y otro en Educación a Distancia y Nuevas Tecnologías de la Información por la UVM y CADEL. Su experiencia profesional y docente es de siete años en medios de comunicación dentro de la UVM donde también se desempeñó como Académico de Prácticas Audiovisuales.

Nombre: **Israel Pérez Valencia**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 20 horas frente a grupo; 7 horas de apoyo a la docencia; 6 horas de asesoría y 7 horas de evaluación y retroalimentación a estudiantes.
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Administrativo. Académico de Prácticas de Radio (Tiempo completo). Presidente de la Academia de Medios de Comunicación

Currículum Vitae: Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de México Campus Querétaro. Profesionalmente se ha desempeñado en televisión como camarógrafo y editor asistente en el área de noticiarios. Trabajó en Radio como reportero y en medios impresos como articulista y caricaturista, su experiencia docente es de tres años. Actualmente se encuentra como Académico de Radio, es productor general y conductor de programas de radio y participa con escritos para la revista interna de comunicación, Mediando.

Nombre: **Ignea Yunuén Hernández Hernández**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 20 horas frente a grupo; 7 horas de apoyo a la docencia; 6 horas de asesoría y 7 horas de evaluación y retroalimentación a estudiantes.
Dirección de tesis e investigaciones: No

Listado del personal académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1/2001
UVM Campus Querétaro

Nombre: **Brenda Romero González**
Grado y área de formación académica: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 20 horas frente a grupo; 7 horas de apoyo a la docencia; 6 horas de asesoría y 7 horas de evaluación y retroalimentación a estudiantes.
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Administrativo. Académico de prácticas del Área de Fotografía (tiempo completo)

Currículum Vitae: Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de México Campus Querétaro. Profesionalmente se ha desarrollado en el área de Relaciones Públicas como auxiliar de capacitación de personal a nivel empresarial. Trabajó como coordinadora de promoción de una institución bancaria. Su experiencia docente es de tres años. Actualmente es Académico de Prácticas de Fotografía, es productora de programas de radio y directora de la revista interna de comunicación, Mediando.

Nombre: **Juan Arturo Fernández Andrade** TÉCNICO
Grado y área de formación académica: Es cinefotógrafo.
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: No cuenta con estudios de licenciatura pero su experiencia es amplísima como cinefotógrafo y fotógrafo para productoras independientes y en el sector político: Gobiernos de los Estados de Campeche, Hidalgo, Tamaulipas, , Michoacán y Quintana Roo; para el Partido Revolucionario Institucional y para el Gobierno Federal (1970-1976). Camarógrafo libre de compañías como Armando Serena, Luis Scala, Carlo Bravo, Aldo Monti, Arte Creativo, CONALEP, Pegaso Films, Producciones Culturales de IMCINE, Toly Films, CANACINTRA y Kronos Video SA de CV. Cuenta con experiencia docente en el nivel de maestría en el CEFNOMEX de Tijuana BC y en la Universidad del Valle de México a nivel licenciatura.

Nombre: **Ma. de la Luz Fernández Barros**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación; Especialidad en Mercadotecnia. Candidata a Maestra en Administración.
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo; 1 hora de apoyo a la docencia; 35 horas de administración y 1 hora de presidencia de Academia.
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Administrativo. Coordinador del Programa de Ciencias de la Comunicación

Currículum Vitae: Coordinadora del Programa de Ciencias de la Comunicación de la UVM, campus Querétaro. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Anáhuac; Especialidad en Mercadotecnia de la misma universidad. Candidata a Maestra en Administración de la Universidad del Valle de México. Experiencia laboral de cuatro años en el área de Mercadotecnia y Ventas y de seis años en el área de periodismo para radio y televisión de Radio Televisión de Galicia, España, como colaboradora y corresponsal en México. Cuenta con una publicación: "Mercadotecnia Social para la Administración de Instituciones Culturales" , editado por el Instituto de Administración Pública del estado de Querétaro. Experiencia docente en otras universidades: Universidad Anáhuac, Universidad Autónoma de Querétaro a nivel licenciatura y posgrado.

Nombre: **Martha Ramírez López**
Grado y área de formación académica: Licenciatura en Psicología
Asignación de sus actividades académicas: 20 horas frente a grupo; 7 horas de apoyo a la docencia; 6 horas de asesoría y 7 horas de evaluación y retroalimentación a estudiantes.
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Administrativo. Académico de Prácticas de Medios Audiovisuales.(tiempo completo)

Currículum Vitae: Licenciada en Psicología Educativa de la Universidad Autónoma de Querétaro. Laboralmente se ha desempeñado en las áreas de producción de vídeo especialmente en videos motivacionales, capacitación y telenovela didáctica. En radio como productora de programas culturales para el sistema Estatal de Comunicación Cultural y Educativa, Radio Querétaro. Su experiencia docente es de tres años y labora en la U.V.M como Académica del Taller de Medios Audiovisuales. Ha cursado el taller de Fotografía impartido por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí y el Fondo Cubano de la Imagen Fotográfica. Actualmente estudia la Maestría en Ciencias de la Educación en la U.V.M. y participa con escritos para la revista interna de comunicación, Mediando

Nombre: **Eduardo Rabell Urbiola**
Grado y área de formación académica: Lic. en Contaduría Pública, Maestría en Historia, Maestría en Educación con Especialidad en Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 5 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciado en Contaduría Pública por la Universidad Autónoma de Querétaro. Maestría en Historia por la Universidad Autónoma de Querétaro. Maestría en Educación con Especialidad en Comunicación por el Tecnológico de Monterrey, Campus Querétaro. Se ha desempeñado como docente dentro del Cecati N°17, Sec. Diurna por Cooperación; ITESM, Campus Querétaro, Universidad Cuauhtémoc, Escuela de Periodismo y Comunicación Universidad Autónoma de Querétaro. También ha trabajado como productor, co-productor, asistente y asesor en programas de radio. Actualmente se desempeña como docente en la Universidad del Valle de México, Campus Qro.

Nombre: **Arturo Guillermaud Rodríguez Vázquez**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No se cuenta con el dato.
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesionalmente se ha desempeñado en el Periódico Ovaciones como auxiliar de corresponsales y como docente en la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, Universidad del Valle de México, campi Tlalpan y Querétaro. Actualmente, es el Coordinador de Programa de la Licenciatura en Periodismo y Comunicación de la Universidad Autónoma de Querétaro.

Nombre: **Carlos Vizcaíno Arredondo**
Grado y área de formación académica: Licenciado en Ciencias de la Comunicación; Maestría en Administración y Doctorado en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra en España.
Asignación de sus actividades académicas: 6 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: Ha dirigido tesis y proyectos de investigación en el sector educativo y empresarial que han versado sobre Calidad en el Servicio, Imagen Corporativa y Formación de Equipos de Alto Desempeño.
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Continuación de: CARLOS VIZCAÍNO ARREDONDO

Currículum Vitae: Lic. en Ciencias de la Comunicación por el ITESM, campus Querétaro; Maestro en Administración de Empresas por el ITESM, campus Monterrey y Doctor en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra. Es profesor universitario, consultor de empresas, conferencista, escritor industrial e instructor en programas de Desarrollo Organizacional en varias empresas. Es socio-Director de Brainware Assistance y Consultor Asociado de Coaching Associeated, MGT y Tecnos Consultores. Experiencia docente: 18 años en el ámbito educativo en los niveles de licenciatura y posgrado en varios campus del ITESM, así como en la Universidad del Bajío, UVM campus Querétaro y Universidad de Navarra en España.

Nombre: **Eloisa Valerio López**
Grado y área de formación académica: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 8 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No ha realizado.
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Derecho y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Ha trabajado como docente en la Universidad Autónoma de Querétaro y en la Universidad del Valle de México, Campus Querétaro. Auxiliar de investigación en el Museo de la Ciudad; redactora en el Patronato de las Fiestas de Querétaro y productora creativa en Grupo ACIR,

Nombre: **Ernesto Ravelo Perea**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación; Candidato a Maestro en Comunicación Organizacional
Asignación de sus actividades académicas: 6 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: Es asesor de tesis para la carrera de Comunicación
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación por la Universidad del Tepeyac con especialidad en Comunicación Organizacional. Candidato a Maestro en Dirección Empresarial, Comunicación y Desarrollo Organizacional por la misma universidad. Consultor de empresas. Actualmente trabaja en el Departamento de Academias de la Universidad Contemporánea, campus Querétaro. En el ámbito docente ha impartido clases en la Universidad del Tepeyac, Universidad Autónoma de Guadalajara, Universidad Cuauhtémoc y Universidad del Valle de México, campus Querétaro.

Nombre: **Benjamín Islas de León**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación; Candidato a Maestro en Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 11 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No (asesor y dictaminador de Tesis)
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana. Candidato a Maestro en Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ha laborado en Grupo Financiero Havre, S.A. de C.V.; en Quiebra, Aeronaves de México, S.A. de C.V. En Quiebra, como analista de la cartera vencida para la elaboración de informes al área jurídica y al despacho externo de recuperación de cobranza. Subjefe de Departamento de Comunicación en la Secretaría de Comercio y fomento Industrial. Ha impartido clases en la Universidad del Valle de México y en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.

Nombre: **Gonzalo Loy Sánchez**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Bajío.
Asignación de sus actividades académicas: 9 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Docente de asignatura. Presidente de la Academia de Comunicación

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Bajío, A.C. de León Guanajuato. Se ha desempeñado en Radio y Televisión de Guanajuato como reportero de deportes y auxiliar de producción. En Promotora Editorial Cima dentro del Periódico Correo del Bajío como escritor de artículos y notas deportivas. Dentro de su labor como Docente ha impartido clases en la Escuela Kennedy, Universidad Cuahtemoc, Instituto La Paz e Instituto Marciano Tinajero y Estrada. En la Universidad del Valle de México se desempeña como Docente de Asignatura y Presidente de la Academia de Comunicación.

Nombre: **Verónica Rodríguez Struck**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Anáhuac. Ha realizado proyectos para Cauferrat Consultores, SA de CV, E-COR, S.C., Sonabend & Asociados, Tescalli S.A. Publicidad. Su experiencia docente se ha desarrollado en la Universidad Anáhuac y en la Universidad del Valle de México.

Nombre: **Liliana Bollaín y Goytia Robles**
Grado y área de formación académica: Lic. en Periodismo y Comunicación Colectiva en el ENEP Acatlán de la UNAM. Maestría en Ciencias de la Educación por la UVM, campus Querétaro.
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: Es asesora de tesis y de los estudiantes que optan por la vía de titulación del Examen General de Conocimientos
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Lic. en Periodismo y Comunicación Colectiva en el ENEP Acatlán de la UNAM. Maestría en Ciencias de la Educación por la UVM, campus Querétaro. Profesionalmente se ha desempeñado en el ámbito de la Educación en el ENEP Acatlán, UVM campus Lomas Verdes y Querétaro y en el Colegio John F. Kennedy desde hace más de diez años.

Nombre: **Irma Villaseñor Suárez**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación por el ITESM, Campus Querétaro; Maestría en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, México, DF.
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No.
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Lic. en Ciencias de la Comunicación por el ITESM, Campus Querétaro; Maestría en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, México, DF. Profesionalmente ha desempeñado los puestos de Coordinadora Académica de Maestrías, Coordinadora de Capacitación y Asistente de de la Dirección de la carrera de Ciencias de la Comunicación en el ITESM, Campus Querétaro. Su experiencia docente es a nivel licenciatura en el ITESM, Campus Querétaro y en la UVM también campus Querétaro.

Nombre: **Filiberta Vargas Fernández**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No.
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Se ha desarrollado como Coordinadora del Área de Talleres del CCH, plantel sur y Jefe de Área de la Academia de Talleres del mismo plantel. Su experiencia docente se ha desarrollado en la Escuela Secundaria Agustín Yañez, Colegio de Bachilleres No. 5, Colegio de Ciencias y Humanidades plantel sur y como docente de asignatura en la Universidad del Valle de México, campus Querétaro.

Nombre: **Sara González Noriega**
Grado y área de formación académica: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Maestría en Análisis Político
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones:
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de México; Maestría en Análisis Político por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro. En el campo Administrativo se ha desarrollado en la Universidad Autónoma de Querétaro como Auxiliar Ejecutivo Calificado en la Dirección de Comunicación Universitaria, Revista Q... como Directora Editorial; Canal 11 como guionista; Subdirección del Departamento de Producción de la Delegación Cuauhtemoc. En el campo docente se ha desarrollado en el Colegio de Bachilleres, plantel No.3, Universidad Cuahtémoc, Universidad Mesoamericana, Universidad Autónoma de Querétaro y Universidad del Valle de México Campus Querétaro.

Nombre: **Ma. Elena Soria Paniagua**
Grado y área de formación académica: Lic. en Psicología; Maestría en Análisis Político
Asignación de sus actividades académicas: 6 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No ha dirigido tesis. Investigación: "Entre el presidencialismo y la división de poderes" (1990). Facultad de Ciencias Políticas, división Posgrado, Universidad Autónoma de Querétaro.
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciatura en Psicología por la Universidad Autónoma de Querétaro, Maestría en Análisis Político por la Universidad Autónoma de Querétaro. En el campo laboral ha desempeñado diferentes cargos en la Cámara de Diputados del Estado de Querétaro, en Gobierno del Estado de Querétaro, Secretaría de Educación, COBAQ y en la Secretaría de Desarrollo Social. Su experiencia docente se ha desarrollado en el Colegio de Bachilleres de Querétaro y a nivel licenciatura en la Universidad del Valle de México, Campus Querétaro.

Nombre: **Alejandra López Jaramillo**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación
Asignación de sus actividades académicas: 12 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Continuación de. ALEJANDRA LÓPEZ JARAMILLO.

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Valle de México. Se ha desarrollado como Coordinadora de Ventas y Mercadotecnia en Pesaje y Control S.A. de C.V. Planeación y desarrollo de la campaña publicitaria "Tesoros Coloniales" para SECTUR Querétaro. Experiencia docente en los niveles de bachillerato y licenciatura en el CUDEC y en la Universidad del Valle de México.

Nombre: **Pedro Jaimes Carbajal**
Grado y área de formación académica: Lic. en Ciencias de la Comunicación; Maestría en Análisis Político
Asignación de sus actividades académicas: 6 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No ha dirigido tesis pero ha participado en las siguientes investigaciones:
Colaborador dentro del Programa "Violencia, Paz y Desarrollo" de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ con la investigación "La violencia en las caricaturas: su efecto en los niños queretanos" (Inédita. Sus resultados se difundieron en escuelas primarias locales para efectos de concientización).
Tipo de adscripción: Docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Guerrero. Maestría en Análisis Político por la Universidad Autónoma de Querétaro. Se ha desarrollado como Productor en Radio Guerrero; Coordinador de Comunicación Institucional en la Universidad Autónoma de Guerrero; Jefe de Prensa del Gobierno del Estado de Guerrero; Jefe Estatal de Comunicación INEGI estado de Guerrero; Coproductor Fundador y Jefe de Información de Telecable de Chilpancingo y de la agencia de Mercadotecnia Grupo Alfil, S.A. Coordinador del Proyecto de TV-UAQ. Docente de Asignatura en la Universidad del Valle de México Campus Querétaro, Colegio Fray Luis de León, Universidad Autónoma de Querétaro como Profesor Investigador en la Licenciatura de Periodismo y Comunicación y en el Instituto Tecnológico de Monterrey, campus Querétaro.

Nombre: **Pilar Thompson Caplín**
Grado y área de formación académica: Lic. en Administración de Empresas; Maestría en Dirección de Empresas y Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales
Asignación de sus actividades académicas: 6 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: Ha asesorado y dirigido tesis
Tipo de adscripción: Administrativo. Coordinador del Programa de Comercio Internacional.

Currículum Vitae: Coordinadora del Programa en Comercio Internacional de la UVM, campus Querétaro. Lic. en Administración por la Universidad La Salle; Maestra en Dirección de Empresas por el Instituto de Directivos de Empresas (CESEM), Madrid, España; Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Ha ocupado puestos directivos en empresas como TELMEX , y el ITESM. Es consultora independiente de empresas. Ha impartido clases en otras universidades, en los niveles de licenciatura y posgrado en la Universidad La Salle, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y la Universidad Autónoma de Querétaro.

Nombre: **Gabriela Ahumada Gastélum**
Grado y área de formación académica: Lic. en Relaciones Públicas. Candidata a Maestra en Administración e Investigación de Instituciones de Educación Superior.
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: Asesora de tesis para los egresados en Relaciones Públicas.
Tipo de adscripción: Administrativo. Directora del Departamento de Ciencias Económico-Administrativas, Sociales y Posgrado. (Tiempo completo).

Currículum Vitae: Directora del Departamento de Ciencias Económico-Administrativas, Sociales y Posgrado de la UVM, campus Querétaro. Lic. en Relaciones Públicas de la UVM donde también ha cursado estudios de la Maestrías en Administración de Recursos Humanos y Administración e Investigación de Instituciones de Educación Superior. Cuenta con 15 años de experiencia docente y profesional.

Nombre: **Skidmore Smith Mc Donald**
Grado y área de formación académica: Lic. en Filosofía por el Columbia College, NYC. Candidato a Maestro en Educación.
Asignación de sus actividades académicas: 3 horas frente a grupo
Dirección de tesis e investigaciones: No
Tipo de adscripción: docente de asignatura

Currículum Vitae: Licenciado en Filosofía por el Columbia College, NYC. Candidato a Maestro en Educación por la Universidad del Valle de México. Es fotógrafo profesional y ha realizado varias exposiciones en diferentes museos a nivel nacional. En el ámbito docente ha colaborado en el ITESM, campus Querétaro y en la UVM, campi Querétaro y San Miguel de Allende.

VI. Estudiantes

Programas de apoyo al estudiante

Programa de Becas [12]

Beca académica. Es un beneficio que la Universidad otorga a aquellos estudiantes que por su desempeño académico y condición económica requieren de ella; son otorgadas por un Comité de Becas. Su cobertura comprende la exención del pago de cuotas de las colegiaturas de acuerdo al porcentaje asignado. Quedan excluidos de la beca los cursos intersemestrales, globales, idioma, así como el costo de todo tipo de trámites administrativos.

Beca de excelencia académica. Es una beca del 25% que se otorga a los estudiantes de nuevo ingreso que comprueban un promedio de 9.5 en el nivel de estudios anterior al que ingresan en la universidad. Su cobertura es del 25% de los gastos de la inscripción y de las parcialidades. Quedan excluidos de la beca los cursos intersemestrales, globales, idioma, así como el costo de todo tipo de trámites administrativos.

Beca prestación. Es un beneficio que la UVM otorga a sus colaboradores y/o beneficiarios directos (hijos ó cónyuge) a partir de que se cumpla un año de servicios con base. El porcentaje de descuento estará en función al puesto y/o número de horas que laboran los empleados. Su cobertura es para el personal administrativo de tiempo completo, académicos de carrera de ¾ de tiempo, tiempo completo y sus beneficiarios; el 100% de los gastos de las parcialidades, exceptuando el pago de inscripción, cursos intersemestrales, sobrecarga académica, etc.

Beca deportiva. Es un beneficio que se otorga por concurso a los estudiantes que han destacado en alguno de los deportes reconocidos por el campus. Su cobertura comprende la exención del pago de cuotas de las colegiaturas de acuerdo al porcentaje asignado, quedando excluidos de la beca los cursos intersemestrales, globales, idioma, así como el costo de todo tipo de trámite administrativo.

Beca convenio. La UVM, con el fin de promover la permanencia de sus estudiantes y asegurar la culminación de sus estudios, ha implementado un "Plan de Becas" con diversas instituciones permitiendo que los estudiantes de nuevo ingreso, o sus familiares directos que laboran en dichas empresas se les facilite el desarrollo de sus carreras con un apoyo económico que les proporcionan los planes de Becas por Convenio. Su cobertura comprende la exención de pago de cuotas de las colegiaturas de acuerdo al porcentaje acordado en el convenio. Quedan excluidos de la beca los cursos intersemestrales, globales, idioma, así como el costo de todo tipo de trámite administrativo.

Beca hermano. Es un beneficio que reciben los estudiantes cuando un hermano inicia sus estudios en UVM, recibiendo una bonificación de:

1er. hermano sin descuento
2º. Hermano 15% de descuento en sus parcialidades
3er. hermano 30% de descuento en sus parcialidades
4to. Hermano 30% de descuento en sus parcialidades

Bonos por Recomendación de Estudiantes (BORES). Es una promoción que ofrece UVM para que los estudiantes ahorren en sus pagos hasta el 100% de sus colegiaturas. El descuento se aplicará a los promotores en un 5 o 10% sobre el monto total de las parcialidades por cada estudiante de nuevo ingreso que recomiende y concluya su inscripción académica y económica. La vigencia es de un ciclo. Los descuentos aplican únicamente a parcialidades.

Beca Lince. Consiste en un convenio mediante el cual se le otorga al estudiante el 100% de las parcialidades y a cambio, él colabora activamente en el desarrollo de prácticas o en un proyecto especial, de tipo escolar, para alguna de las áreas de la universidad.

Plan de financiamiento de estudios FINES

Con el fin de promover la permanencia en la Universidad, asegurando la culminación de los estudios y conscientes de la situación económica de nuestro país, la Universidad ofrece la opción de "FINES", que consiste en un Plan de Financiamiento de Estudios sobre las parcialidades de los próximos semestres.

Asesorías académicas

El apoyo que recibe el estudiante de Ciencias de la Comunicación de sus profesores para aprovechar mejor su tiempo es el de asesorías extra-aula. La mayoría de los profesores de la academia de Comunicación proporciona asesorías extra-aula a los estudiantes que acuden a ellos en el momento en que los necesitan. Si se requiere de horas adicionales, los estudiantes y el profesor llegan a un acuerdo en el lugar y la hora de la misma, llevándose generalmente a cabo en las oficinas de trabajo de los profesores cuando éstos son de asignatura. Es importante señalar que no es obligatorio que el profesor cuente con horas determinadas de asesoría (cuando es de asignatura), por lo que se llevan a cabo por acuerdo de los interesados.

En el caso de los profesores que pertenecen a la Academia de Medios (la mayoría son académicos-administrativos de tiempo completo), proporcionan asesorías extra-aula en la producción de los trabajos para las áreas de radio, cine, televisión, fotografía y medios audiovisuales dentro de las horas que por contrato les competen [13]. Los docentes que son de asignatura, también brindan asesoría extra-aula, previo acuerdo con el estudiante y considerando los tiempos disponibles en las diferentes áreas de producción del Centro de Comunicación.

Modelo educativo siglo XXI	▪ Salidas laterales ▪ Dinámico ▪ Proactivo ▪ Vanguardista	60 minutos
Características del programa de Ciencias de la Comunicación	▪ Planta docente ▪ Mapa curricular ▪ Convenios e intercambios ▪ Escenarios de práctica: Centro de Comunicación ▪ Sistema de prácticas ▪ Sistema de academias ▪ Reglamentos de la Academia y Centro de Comunicación ▪ Eventos sociales y académicos de la carrera	90 minutos
Bienvenida oficial	▪ Presentación de autoridades ▪ Mensaje de la Rectora ▪ Bienvenida	90 minutos
"Ponte la camiseta"	▪ Rally ▪ Convivencia	150 minutos

Fuente: Servicios Institucionales [4]

Para apoyar la información recibida en este curso, cada estudiante recibe un ejemplar del folleto informativo de la universidad "Conozcámonos" [5], así como una Agenda Académica [6] Anual donde se encuentran establecidas todas las fechas del calendario escolar.

El "Conozcámonos", como se le conoce coloquialmente, contiene información general de todo el campus Querétaro de la UVM, el currículum de cada uno de los funcionarios, becas, mapa de localización de los edificios y la Agenda académica contiene la filosofía institucional y fechas importantes para recordar.

Aspirantes, ingreso, egreso y titulación

Número total de estudiantes matriculados en los últimos cuatro años en la licenciatura en Ciencias de la Comunicación (población total de la licenciatura) [7]

Año	Mujeres	Hombres	Total
1998	158	91	249
1999	172	98	270
2000	194	91	285
2001 (periodo 1/2001)	170	86	256

Distribución de aspirantes, ingreso, egreso y titulación en los últimos tres años (se incluye el periodo 1/2001) [7,8,9]

	1998		1999		2000		2001 (1/2001)	
	M	H	M	H	M	H	M	H
	Total		Total		Total		Total	
Aspirantes **	63	38	73	55	80	40	12	12
	101		128		120		24	
Ingreso	60	38	58	48	69	29	12	12
	98		106		98		24	
Egreso *** [8]	7	9	15	7	7	5	4	2
	9		22		12		6	
Titulación [9]	11	9	9	2	16	9	7	4
	20		11		25		11	

* La información está estructurada de manera anual, no por periodos escolares.
** El porcentaje de la demanda de ingreso (aspirantes) por periodo contra el porcentaje de rechazados es, en todos los casos, del 0%, es decir, todos los estudiantes que solicitaron ingresar fueron aceptados. Su inscripción a la carrera queda reflejada en el cuadro de ingreso.
*** Un estudiante es considerado egresado cuando concluye los 366 créditos de la carrera, sus dos idiomas, el servicio social y sus prácticas profesionales. Si adeuda alguno de estos elementos no es considerado egresado para efecto de la estadística, aunque sí para el seguimiento de la Coordinación de la carrera, ya que lo que se busca es que concluyan y se titulen.

Población estudiantil de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el periodo 1/2001 [7]

Semestre	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	Total
1/98	28	55	11	31	15	29	16	14		199
2/98	71	26	45	9	29	11	30	8	15	244
1/99	27	51	28	47	5	31	11	25	13	238
2/99	86	23	47	28	40	5	27	8	18	282
1/2000	12	69	23	42	19	38	9	22	9	243
2/2000	86	10	52	20	41	20	35	6	23	293
1/2001	24	51	8	55	18	40	18	34	8	256

* La información varía porque el Sistema de Administración Escolar SAES considera al alumno en el semestre correspondiente de acuerdo al periodo en que ingresó, sin considerar su reubicación si el estudiante viene por equivalencia de otra universidad o si bien ha adelantado créditos a través de la vía Lince. [10]

BIBLIOGRAFÍA

[1] UVM: Paquete de folletos informativos, las cuotas son modificadas sin previo aviso. Octubre 2000

[2] UVM: Reglamento aplicable a estudiantes de Licenciatura Mes XXI Mayo de 1999

[3] UVM: Clasificación de personalidades que se pueden encontrar en un EXCLA

[4] UVM: Servicios Institucionales: Planeación del curso de inducción y responsables de cada tema.

[5] UVM: Servicios Institucionales: Revista Informativa de Campus Querétaro, su publicación es periódica cada semestre.

[6] UVM: Servicios Institucionales: Agenda Académica. Publicación anual.

[7] UVM: Sistema de Administración Escolar SAES. Periodos 1/98, 2/98, 1/99, 2/99, 1/00, 2/00 y 1/01. Julio 2001

[8] UVM: Coordinación de Egresados del Campus Querétaro Julio 2001

[9] UVM: Coordinación de Titulación del Campus Querétaro, Julio 2001

[10] UVM: Reglamento aplicable a Estudiantes de Licenciatura Mes XXI. Mayo 1999. Título VI, Cap. I.

[11] UVM: Estudios de Bajas por carrera correspondientes a los periodos 2/99, 1/200 y 1/2001

[12] UVM: Reglamento de Becas SEP/UVM. Julio 1995

[13] UVM: Estándares Académicos Rectoría 1998

[14] UVM: Coordinación del Programa Académico de Psicología. Pruebas de Orientación Educativo y Psicológica

[15] UVM: Reglamento Aplicable a Estudiantes de Licenciàtura Mes XXI. Mayo de 1999. Título III Capítulo I, II, III.

[17] BENASSINI FELIX, Claudia (1996). ¿Desde dónde se enseña la Comunicación en México? Primer reporte de trabajo campos profesionales y mercados laborales UIA, Departamento de Comunicación. México 1996

[18] UVM: Reglamento General de Titulación. Contraloría General de Servicios de Apoyo. Dirección General de Normatividad.

El proceso de selección y admisión del aspirante a la Universidad del Valle de México, campus Querétaro es responsabilidad de la Coordinación de Admisiones, que a su vez, depende del Departamento de Servicios Escolares. La Dirección de Clasificación Estudiantil Institucional es la instancia normativa responsable de estos procesos.

Inducción

Para licenciatura, el curso de inducción universitaria tiene una duración de 3 días a partir de las 9:00 hasta las 13:30 hrs. Es un curso donde su principal característica es la participación activa del nuevo estudiante y, por supuesto, del instructor e incluye un recorrido completo por todas las instalaciones del campus.

Los temas tratados durante el curso de inducción son los siguientes:

TEMA	SUBTEMAS	DURACIÓN
Introducción a la Universidad	▪ Nuestra historia ▪ Nuestra identidad: Escudo, Lema y Mascota ▪ Nuestro campus y su estructura	60 minutos
Sistema UVM	▪ Misión de la Universidad ▪ Filosofía de la Universidad ▪ Valores de la Universidad ▪ Visión de la Universidad ▪ Concepto de estudiante UVM ▪ Compromisos y responsabilidades como estudiante de la UVM	60 minutos
Área de deportes y cultura	▪ En el campus ▪ Fuera del campus ▪ Selecciones y torneos ▪ Actividades culturales	60 minutos
Beneficios económicos	▪ Becas ▪ BORES ▪ FINES ▪ Seguro de gastos médicos mayores	60 minutos
Reglamento académico	▪ Reglamento académico ▪ Inscripción ▪ Bajas ▪ Sistema de evaluación ▪ Corrección de calificaciones	60 minutos
Sistema de pagos	▪ Reglamento de pagos ▪ Servicios de transporte ▪ Estacionamiento	30 minutos
Centro de cómputo	▪ Reglamento interno ▪ Hardware y software disponibles	30 minutos
	▪ Aprender a aprender ▪ Aprender a hacer ▪ Aprender a ser	

Índices de deserción en la carrera de Ciencias de la Comunicación en los tres últimos periodos escolares

Debe señalarse que hasta el periodo 2/99 no se contaba con un estudio de bajas por carrera en el campus, sino estudios globales de bajas por nivel de estudios (Bachillerato, Licenciatura y Posgrado). A continuación se presentan los datos de los cuatro últimos periodos académicos. [11]

Periodo	Número de bajas	Tipo de baja	Causa con mayor incidencia	% de deserción respecto a la matrícula total
2/99	21	No existe dato	Cambio de residencia y otras	7.44%
1/2000	9	5 temporales; 4 definitivas	Cambio de residencia	3.7%
2/2000	21	3 temporales, 18 definitivas	Causas económicas	7.16%
1/2001	21	15 definitivas y 6 temporales	Cambio de residencia	8.2%

El **promedio de calidad mínimo** para la permanencia del alumnado en nuestra universidad es de 7 ya que es la calificación mínima aprobatoria.

Otras estadísticas

La Universidad del Valle de México, Campus Querétaro cuenta con estadísticas actualizadas para la carrera de Ciencias de la Comunicación en los rubros de ingreso, titulación, reprobación, deserción y otras como prospectos que no se inscribieron; estudiantes acreditados en el examen de admisión vs. inscritos; estudiantes inscritos en el semestre pasado y no en el actual; grupos por rango de estudiantes; grupos abiertos al inicio y final de la inscripción; estudiantes de nuevo ingreso por promedio; estudiantes registrados; estudiantes con documentación incompleta; estudiantes con carga académica normal y estudiantes con sobrecarga académica; estudiantes con más de diez periodos inscritos; estudiantes inscritos al idioma y estudiantes por grupo materia.

Programa de orientación educativa

La coordinación de psicología maneja a partir del periodo 2/99 un programa para apoyar a los estudiantes con problemas académicos. Este programa está formado por los siguientes proyectos:[14]

- Orientación vocacional
- Apoyo psicopedagógico

✓ ***Orientación vocacional:*** Opera cuando las personas ya son estudiantes de la institución. La necesidad surge cuando el alumno tiene problemas de adaptación a la carrera que eligió inicialmente por diferentes razones: gustos, preferencias, profesores, amistades, etc. En ese momento, el coordinador de la carrera de Ciencias de la Comunicación lo canaliza a este programa en donde se le aplican baterías psicológicas que permiten encontrar actitudes, aptitudes, intereses, valores y rasgos de personalidad incluyentes o excluyentes al perfil de la carrera. Al finalizar se le hacen recomendaciones sobre la nueva carrera por la que se inclina y sobre otras carreras para las cuales tiene aptitudes.

Estas pruebas se llevan a cabo en dos versiones: escritas y guía multimedia. Al tener los resultados el área de orientación educativa se entrevista con el estudiante y se integra un estudio psicológico para su retroalimentación. Posteriormente el estudiante es canalizado con el coordinador de la(s) carreras() sugerida(s) y también se le pide que se entreviste con profesionales del área de la nueva carrera para que su decisión sea tomada con más información en las manos.
Cabe mencionar que la carrera de Ciencias de la Comunicación es una de las que más utiliza este servicio debido a que muchos de los estudiantes ingresan sin un conocimiento real de lo que es la carrera.

✓ ***Apoyo psicopedagógico:*** este proceso tiene el objetivo de detectar cuáles son los motivos del bajo rendimiento de los estudiantes. Por ahora únicamente se aplica a estudiantes de bachillerato, pero a partir del periodo 1/02 se abarcará a todas las áreas. Consta de trabajos que se realizan en talleres de atención personalizada por parte de estudiantes de la carrera de psicología y profesores de la academia. Se forman grupos de 15 personas y se les realizan pruebas de evaluación psicológica para determinar las áreas que se requiere fortalecer de manera particular y personalizada. El periodo de trabajo es constante, durante todo el semestre.

Estos programas tienen una consigna muy especial: cuando no sea posible seguir tratando el caso del estudiante dentro del campus Querétaro de la UVM, se le canalizará con un especialista fuera de la institución.

Programa de Desarrollo Humano

Como ya se mencionó con detalle dentro del apartado sobre el Programa Académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, los estudiantes cuentan con un área de Desarrollo Integral dentro de su programa. En esta

Continúa hasta el cuadrito siguiente

6. Estudiantes

Admisión

La Universidad del Valle de México, campus Querétaro cuenta con un proceso de selección y admisión de prospectos a los diferentes programas académicos. El proceso de selección de estudiantes consiste en informar al interesado sobre la(s) opción educativa(s) de su interés y en la aplicación de una serie de instrumentos que tienen como objetivo valorar si el perfil psicológico y de conocimientos del aspirante, corresponden al perfil del estudiante que el Modelo Educativo de la Institución tiene definido como el adecuado para iniciar su ciclo formativo universitario.

El proceso de selección de estudiantes es dado a conocer al público en general a través de un paquete informativo en donde se explican claramente los requisitos de admisión para los diferentes niveles educativos.
Los folletos que se incluyen en este paquete informativo son:[1]

- Folleto de requisitos para ingreso
- Folleto de cuotas
- Folleto informativo de la(s) carrera(s) seleccionada
- Folleto informativo de la UVM

Para iniciar al proceso de selección de aspirantes a nivel licenciatura los requisitos son los siguientes:

- Tener un promedio aprobatorio (7.0 como mínimo.)
- Tener acreditados los estudios de preparatoria.
- Entregar, debidamente requisitada, su solicitud de admisión.
- Presentar y acreditar los exámenes de clasificación

En el Reglamento aplicable a Estudiantes de licenciatura del MES XXI[2] se indica que los estudiantes provenientes del extranjero serán admitidos si cumplen con los siguientes requisitos:

- La revalidación de estudios en el extranjero otorgada por la S.E.P.
- Los documentos de estudios y nacimiento en el extranjero legalizados en el país de origen
- Acreditación de su calidad migratoria

Para ingresar a cualquiera de los periodos académicos es requisito indispensable aprobar el Examen de Clasificación (EXCLA) y el Examen de Ubicación del Idioma Inglés (EXUBI) que se aplica a todos los aspirantes. El resultado del EXCLA y EXUBI sólo será válido para el periodo por el que se presente. En nuestro Estatuto General se indica que NO se admitirán inscripciones condicionadas, ni estudiantes como "oyentes". [2]

El examen de admisión consiste en la aplicación de 3 tipos de pruebas:

a) De razonamiento abstracto
b) De personalidad
c) De conocimientos- CENEVAL

La prueba de razonamiento abstracto de las pruebas de aptitud diferencial (DAT) tiene el objetivo de medir la habilidad de razonamiento, sin embargo no es determinante para la aceptación del prospecto.

La prueba de personalidad es llamada "Análisis del temperamento de Taylor y Johnson"[3], su objetivo es el de detectar el perfil de personalidad de los aspirantes.
El único rasgo personalidad por la que el aspirante puede ser rechazado es el de "*Hostil - dominante*" ya que se considera que son personas cuyas relaciones interpersonales, familiares y maritales son pobres. Se les considera como personas que tienen a ser excesivamente dominantes y propensas a expresar su hostilidad con críticas y manifestaciones violentas, por lo que no pueden involucrarse afectivamente con la gente.

La prueba de CENEVAL incluye el área de conocimientos. Esta prueba es aplicada una vez que el aspirante ha sido aceptado por la universidad; se considera como instrumento indicativo. Cabe destacar que el Departamento de Clasificación estudiantil está llevando a cabo un rediseño de las pruebas en el que se involucra a los coordinadores de programa académico para poder determinar características de selección especiales para cada opción educativa. Estas pruebas están buscando conocer el desarrollo de las habilidades de los estudiantes (coordinación motora, razonamiento abstracto, capacidad verbal y razonamiento numérico, entre otras), así como realizar una predicción del éxito académico.

Los aspirantes provenientes de otras instituciones de enseñanza superior nacionales o extranjeras pueden ingresar a semestres posteriores si cuentan con el dictamen de equivalencia o revalidación de estudios que proporciona la S.E.P., además del cumplimiento de los requisitos anteriores.

Después de la presentación de sus exámenes el aspirante es dirigido a la coordinación del programa académico de Ciencias de la Comunicación para recibir mayor información sobre su elección:

- Duración del programa académico
- Tipo de materias a cursar así como su enfoque
- Importancia de materias clave
- Planta docente
- Metodología de desempeño en su papel de estudiante
- Actividades sociales y académicas
- Fortalezas del programa
- Oportunidades del programa
- Mercado laboral
- Perfil de ingreso
- Perfil del egresado
- Etc.

Una vez inscritos, los estudiantes firman su protesta universitaria y reciben su horario. Semanas antes de iniciar clases, los estudiantes reciben un curso de inducción universitaria.

Basándonos en el cuestionario del proyecto emprendido por FELAFACS y CONEICC [17] elaboramos un instrumento que se ha estado aplicando (con sus modificaciones) cada año. Actualmente, estamos aplicando la Fase IV del mismo y hasta el momento se han obtenido buenos resultados ya que se mantiene vinculación por parte de la carrera con sus egresados; contacto entre ellos mismos; incremento en los índices de titulación y su evaluación sobre los programas académicos que estudiaron bajo los diferentes planes de estudio, lo que nos ha permitido mejorar y actualizar el contenido de nuestras materias.

En el momento en que egresan, los estudiantes reciben el Reglamento General de Titulación y de inmediato se les canaliza a la Coordinación de Titulación.

Titulación [18]

La UVM, campus Querétaro otorgará a quienes hayan concluido la carrera de Ciencias de la Comunicación los documentos probatorios de los estudios realizados, constancia, certificado, diploma y título profesional al satisfacer las condiciones y requisitos que la reglamentación establezca (contabilizar 366 créditos académicos; acreditar los 5 niveles del idioma inglés y otros 5 niveles de otro idioma; prácticas profesionales y servicio social liberados y cumplir con los demás requisitos o condiciones que señale la opción de titulación elegida), validado por la autoridad educativa correspondiente.

La universidad ofrece a sus estudiantes diferentes opciones de titulación con el objeto de que se elija la que más convenga a sus intereses para la obtención del título profesional de la licenciatura cursada:

no existe caso

a) Elaboración de tesis con examen profesional y réplica oral
b) Aprobación de examen por experiencia profesional
c) Acreditación del Examen General de Conocimientos
d) Presentación del informe sobre el servicio social
e) Aprobación de 45 créditos del nivel posgrado
f) Alto rendimiento académico, al obtener un promedio general de 9.5 como mínimo y nunca haber reprobado asignatura alguna.

Estadística de titulación por generación y opción seleccionada

Periodo	Sexo		Examen general de conocimientos (c)	Alto Rendimiento Académico (f)	Estudios de posgrado (e)	Informe de servicio social (d)
	H	M				
1/98	6	4	4	6		
2/98	3	7	10			
1/99		3	3			
2/99	2	6	5	2	1	
1/2000	3	7	7	2	1	
2/2000	6	9	9	5		1
1/2001	4	7	8	2	1	
	24	39	46	17	3	1
	63					

(a) x
(b) x

Pasar a la página siguiente para leer

área, se busca lograr la formación integral de los estudiantes a través de asignaturas y prácticas que le invitan a reflexionar sobre su desarrollo como persona dentro de la sociedad; desarrollar su cuerpo a través del deporte y sus aptitudes y creatividad a través de la cultura. El estudiante también desarrolla labores de acción social comunitaria y finalmente se le ofrecen dos áreas terminales: la docencia o el desarrollo empresarial (Ver capítulo correspondiente). [15]

Programa de Superación Académica

Desde el semestre 1/98 se lleva a cabo el programa dirigido a jóvenes que deseen ingresar al nivel licenciatura con un promedio de 6.0 a 6.45 ó que adeuden mínimo 2 materias de su nivel inmediato anterior. Su objetivo es el de proporcionar a estos estudiantes los conocimientos y habilidades de aprendizaje que les permitan un óptimo desarrollo académico y su integración al ambiente universitario UVM, campus Querétaro. Su duración es de 160 horas siendo su contenido el siguiente:

- Módulo I: Comunicación escrita y verbal
- Módulo II: Creatividad
- Módulo III: Matemáticas
- Módulo IV: Estrategias del aprendizaje.

Los beneficios para los estudiantes del programa de superación académica se listan a continuación:

- El estudiante podrá presentar su EXCLA a la licenciatura de su interés en el siguiente ciclo escolar, siempre y cuando cumpla con la asistencia del 90% y acreditación mínima de 8.
- La posibilidad, una vez registrado en la licenciatura, de inscribirse y presentar exámenes globales voluntarios que le permitan acreditar oficialmente las asignaturas de comunicación, creatividad y matemáticas, según sea el caso.

Programa de seguimiento a egresados [8]

Dentro del campus se encuentra la Coordinación de Egresados quien da seguimiento a los estudiantes que egresan de todos los niveles educativos. El programa de seguimiento comprende las siguientes funciones:

- Aplicación periódica (semestral) de encuestas a egresados para la actualización de sus datos personales y laborales
- Bolsa de trabajo para egresados y estudiantes
- Encuentro anual de convivencia y vinculación con los egresados
- Comunicación con egresados vía correo electrónico, revista "Egrelince" y cartas personalizadas.

Asimismo, la Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación, desde el año de 1998, da directamente seguimiento a sus egresados.

continúa en la página anterior

No se registraron titulaciones por las opciones de tesis y experiencia profesional.

El área de titulación cuenta con un Programa de Asesorías Académicas [9]. Este programa se abre dos veces al año y tiene una duración de 4 meses en cada periodo. Funciona para los estudiantes que optan por la vía de titulación a través del Examen General de Conocimientos. Los estudiantes reciben asesoría docente una vez por semana durante 3 horas.

Actualmente contamos con dos docentes de la Academia registrados como asesores de tesis para la carrera de Ciencias de la Comunicación: Liliana Bollaín y Goytia y Ernesto Ravelo Perea.

VII. Investigación

7. INVESTIGACIÓN

Actualmente la Universidad del Valle de México se encuentra en proceso de revisión y actualización de su Plan Rector de Investigación [1]. A nivel institucional, el liderazgo en el área de investigación la tiene el campus San Angel, a pesar de que es la Dirección General de Investigación, de la Secretaría General Académica de la que dependemos todos los demás campi.

El ejercicio más reciente en torno a la actualización del Plan Rector de Investigación se encuentra en el documento "Hacia una nueva organización de la investigación en la Universidad del Valle de México" [2], elaborado en abril del 2000. En este documento se presenta un nuevo modelo de organización para la investigación en la Universidad, así como las líneas de investigación que se están desarrollando a nivel institucional. Estas líneas de investigación están enfocadas al Desarrollo Institucional y son:

- Desarrollo de la Planta Docente
- Desarrollo y actualización de la plataforma tecnológica
- Sistemas de información
- Cooperación nacional e internacional
- Rendimiento estudiantil
- Consolidación del Mes XXI
- Innovación Educativa
- Normatividad y organización escolar

Asimismo, en el documento antes mencionado se proponen áreas temáticas y líneas de investigación para cada uno de los departamentos académicos con los que cuenta la universidad: Tecnociencias, Arte y Humanidades, Ciencia y Tecnología, Ciencias Económico Administrativas y Sociales y Ciencias de la Salud. En el caso de Ciencias de la Comunicación se propusieron las siguientes líneas de investigación:

- Los efectos sociales de la comunicación masiva
- Comunicación y procesos culturales

Actualmente, el Plan Rector de Investigación se encuentra, de nueva cuenta en revisión ya que, como lo mencionábamos en el apartado de Organización y Gobierno, la UVM pertenece a la Red Internacional de Universidades Sylvan, situación que sin duda dará un giro al desarrollo de la investigación en nuestra Universidad.

Investigación en el Campus Querétaro de la UVM

El campus Querétaro se sujeta a lo establecido en el Plan Rector de Investigación. A la par de su revisión, se ha iniciado un esfuerzo interno que permita cumplir con la función sustantiva de la investigación. Entre los principales resultados que se han obtenido hasta el momento están:

- Integración y toma de protesta del Consejo de Investigación del Campus[3]
- Plan de Investigación del Campus (1999-2003) [4]
- Inclusión de la función de investigación en los planes de trabajo de las academias
- Apertura del Diplomado "Formación de Investigadores" (Ya está la segunda promoción)
- 1er. Congreso de Investigación Estudiantil (Estudiantes de Comunicación participaron con el trabajo "Cómo fomentar la lectura en los adolescentes en el caso de dos escuelas secundarias técnicas del Estado de Querétaro")
- Encuentro para docentes "Vinculación Docencia-Investigación" (agosto 1999)
- Inventario de las investigaciones registradas en el campus [5]

Como se señala, el Campus cuenta con un Consejo de Investigación pero no existe un departamento o centro dedicado específicamente a esa tarea aunque hasta hace un año, la Dirección General de Innovación a nivel institucional operaba en nuestro campus desarrollando diferentes investigaciones para la Universidad. El Consejo de Investigación está formado por nueve docentes (algunos de ellos también administrativos) que forman parte del Consejo de manera altruista. Sus cargos son: Presidente Honorario, Presidente Ejecutivo, Consejero Financiero, Secretario, Vocales de Departamento Académico (son tres), vocal de vinculación interinstitucional, vocal de eventos institucionales. Actualmente están trabajando en el desarrollo de líneas de investigación para el campus, ya que éstas aún no existen. Asimismo, al no haber un Departamento de Investigación como tal, tampoco se cuenta con becarios o estudiantes que participen en él.

A pesar de estos esfuerzos, lo cierto es que aún queda mucho camino por recorrer. La mayor parte de las investigaciones que se están desarrollando en el campus son del área de Ciencias de la Salud debido a que somos el único campus que cuenta con carreras en esta área aún muy joven ya que no hay egresados. Esta situación ha ocasionado que, en primera instancia, la mayor parte de los esfuerzos de investigación sean en este rubro.

La investigación en la licenciatura de Ciencias de la Comunicación

Actualmente, en la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de nuestro campus no existen líneas de investigación en el área, salvo trabajos de los estudiantes que son producto final de las diferentes materias relacionadas con la investigación tales como Investigación de la Comunicación, Análisis del Discurso, Investigación de la Opinión Pública, Metodología de la Investigación, Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales (en el área teórico-metodológica) y de auditorías de comunicación a empresas y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales en las materias relacionadas al área organizacional, tales como: Planeación de la Comunicación, Comunicación Institucional, Imagen Corporativa, etc. Desafortunadamente, no se cuenta con un registro de los mismos debido a que no son conservados por los docentes que imparten las materias.

En el ámbito de la investigación por parte de los docentes de la carrera en Ciencias de la Comunicación encontramos que la mayor parte de ellos no realiza o ha realizado investigación formal. A continuación se presenta una relación de lo que han hecho o están realizando hasta este momento.

Nombre de la investigación	Responsable	Observaciones
"Análisis del campo laboral para el egresado en Ciencias de la Comunicación en el Estado de Querétaro" (1998-1999) *	Ma. de la Luz Fernández	Proyecto desarrollado junto con becarios de la carrera. Producto terminado.
"Ubicación y análisis del perfil de las universidades que ofrecen la Lic. en Ciencias de la Comunicación en los estados de Querétaro, San Luis Potosí, Guanajuato, Michoacán e Hidalgo" (1999-2000) *	Ma. de la Luz Fernández	Proyecto desarrollado junto con becarios de la carrera. Producto terminado.
"El proceso de lecto-escritura y la comunicación educativa: dos caminos hacia el aprendizaje significativo" (1999)	Mtra. Liliana Bollaín y Goytia	Tesis de grado

*Como se puede observar sólo algunos de los trabajos están vinculados directamente con las necesidades del programa académico.

En general, podemos concluir diciendo que el campo de la investigación en Comunicación en nuestro campus es aún virgen ya que no se cuenta con docentes de tiempo dedicados a la investigación ni tampoco con recursos destinados a esta rama. Con los cambios que se avecinan en torno a la Red Sylvan de universidades, confiamos en que al menos podamos contar con un docente de tiempo completo o de medio tiempo que sea contratado como docente "con énfasis en la investigación" y que comience a desarrollar su trabajo en el área de investigación de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

[1] UVM: Plan Rector de Investigación. Vicerrectoría Académica Dirección General de Desarrollo Académico México, Octubre, 1992. (PRA-17,18)

[2] UVM: VEGA TATO, G y PREREYRA ZETINA, Luis E. Hacia una Nueva Organización de la Investigación en la UVM, Abril del 2000, p.37 a 41

[3] UVM: Consejo de Investigación del Campus Querétaro. Septiembre, 2000.

[4] UVM: Plan de Investigación del Campus Querétaro. Dirección General de Innovación Educativa. Octubre, 1999.

[5] UVM: Listado de Investigaciones Registradas y Listado de Investigaciones en Proceso en el Campus Querétaro. Consejo de Investigación del Campus, Julio 2001

VIII. Programa Editorial

8. Programa editorial

La Universidad del Valle de México, campus Querétaro cuenta actualmente con las siguientes publicaciones:

PUBLICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	PERIODICIDAD	PARTICIPACIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN
Lincexpress para administrativos	Boletín electrónico con información de las actividades a realizar por cada área del campus	Semanal	Sí. La elaboran nuestros estudiantes bajo la supervisión del Depto. de Ciencias Económico-administrativas y sociales
Lince Docentes	Boletín impreso y electrónico con información de las actividades a realizar por cada una de las Academias del campus	Quincenal	Sí. La elaboran nuestros estudiantes bajo la supervisión del Depto. de Ciencias Económico-administrativas y sociales
Foro Lince (Para la comunidad universitaria)	Boletín impreso con información de los hechos más importantes en todo el campus	Mensual	Sí. La elaboran nuestros estudiantes bajo la supervisión del Depto. de Ciencias Económico-administrativas y sociales
@Ergo.sum	Revista que difunde artículos, ensayos y otros trabajos de la comunidad docente y de estudiantes del Posgrado del Campus	Semestral	Algunos de nuestros docentes participan con colaboraciones
Mediando	Revista que difunde artículos, ensayos y otros trabajos de la los estudiantes y docentes de la carrera de Ciencias de la Comunicación	Trimestral	Sí. La publicación es coordinada por la Academia de Comunicación y Medios y estudiantes de la carrera.
Estamos en Comunicación	Boletín electrónico para los estudiantes, docentes y egresados de la carrera de Comunicación con información general de la misma	Mensual	Sí. La publicación es coordinada por la Coordinación de la carrera de Comunicación
Conozcámonos	Revista informativa	Semestral	No. La publicación

	sobre el campus Querétaro		depende de la Dir. de Extensión y Servicios Institucionales
Diseñando	Revista que difunde artículos, ensayos y otros trabajos de los estudiantes y docentes de Diseño Gráfico	Semestral	No. Sólo participan los estudiantes de esa carrera.

La **circulación** de todas las publicaciones es interna, salvo el caso de Mediando que se distribuye en algunas de las universidades del estado de Querétaro que tienen la carrera y en los otros campi de UVM que también ofrecen Ciencias de la Comunicación.

REVISTA DE COMUNICACIÓN MEDIANDO

Antecedentes.

Ante la necesidad de contar con una publicación como complemento de la carrera de Ciencias de la Comunicación, se propone en 1999 arrancar con el proyecto de una revista de comunicación, *Mediando,* nombre que surgió de una propuesta de los estudiantes y fue elegido por votación por la Academia de Comunicación

Es hasta el año 2000 que el proyecto fue aprobado por las autoridades de la institución y se publicó el primer número.

Objetivo

El objetivo principal de *Mediando* es ofrecer a la comunidad universitaria un espacio de información, difusión y expresión en el que se presenten trabajos de estudiantes y académicos de la carrera de comunicación y áreas afines, con la finalidad de fortalecer los conocimientos de todos los lectores de la publicación, además de servir como un espacio de prácticas para los estudiantes interesados en este medio de comunicación. Hasta el momento ha cumplido su cometido, presentando cinco números, donde se han tratado diferentes temas clasificados en las siguientes áreas concernientes a la comunicación:

1.- Publicidad
2.- Reseñas de libros de comunicación
3.- Tecnología en comunicación
4.- Análisis de los contenidos de los Medios Masivos de comunicación
5.- Columnas informativas de lo nuevo en el mundo de la comunicación
6.- La comunicación visual
7.- La literatura y la comunicación
8.- Presentación de investigaciones y ensayos
9.- Consejos sobre cómo producir en radio, televisión y fotografía
10.- Haluro de plata, suplemento de fotografía (se publica a partir del número 4)
11.- Comunicación Organizacional
12.- Testimonios de egresados.
13.- Periodismo

14.- Historia de los Medios Masivos de Comunicación
15.- Sitios Web.

Mediando es una publicación que a penas inicia por lo que aún no contiene todas las características que requiere para su registro en CONACYT. El último número publicado fue en el mes de mayo del 2001. El próximo número saldrá en el mes de agosto de este año.

El programa de Ciencias de la Comunicación no cuenta con libros o antologías publicadas aunque el proyecto de publicación de estas últimas sigue en análisis.

El Boletín electrónico de la carrera **"Estamos en Comunicación"** inició en el mes de abril del presente año. Su objetivo principal es el de informar a toda la comunidad estudiantil, docente y egresados de la carrera de Comunicación sobre el quehacer cotidiano de la misma en el Campus; calendario de actividades; invitación a eventos; avisos importantes, etc. Hasta el momento, se han enviado 2 números.

IX. Vinculación y Extensión

9. Vinculación y extensión

Eventos académicos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

- **Encuentros de Comunicación**

Los Encuentros de Comunicación son eventos anuales con una duración de 2 días y tienen como objetivo el vincular a los estudiantes con los profesionales de todas las áreas de la comunicación nacional e internacional para que analicen la importancia y oportunidades que ofrece el campo de la Comunicación , todo ello mediante un proceso de aprendizaje mutuo y de reflexión con miras a su integración al campo laboral.

El Encuentro de Comunicación tiene un carácter regional ya que siempre contamos con la asistencia de estudiantes de los estados de Jalisco, Estado de México, Guanajuato, Michoacán, Hidalgo, Querétaro, así como de estudiantes de otros campi de la UVM[1] [2] [3] [4]. Hasta el momento se han realizado los siguientes encuentros:

1997 Encuentro: "Los medios de comunicación ante la disyuntiva de fin de siglo"
1998 Encuentro: "La persistencia de la visión: el quehacer cinematográfico en un mundo electrónico"
1999 Encuentro: "La esfera de los sentidos: Publicidad, comunicación creativa"

2000 Encuentro: "El sostén de la comunicación"

Los Encuentros de Comunicación son organizados por el Staff de Comunicación [5] (Sociedad del alumnos de la carrera) con la participación de docentes y estudiantes y bajo la coordinación general de la Coordinación de Programa de Ciencias de la Comunicación.

El próximo encuentro se llevará a cabo en el primer semestre del año 2002 ya que se ha pospuesto con la finalidad de que nuestros estudiantes participen en el Encuentro Nacional del CONEICC

- **Festivales de producción en medios**

Cada semestre, los académicos del Centro de Comunicación del campus organizan muestras de las mejores producciones de los estudiantes que cursaron sus estudios en las áreas de televisión, fotografía, medios audiovisuales y cine. La exhibición de las producciones se realiza siempre en un foro externo a la universidad con la finalidad de que la comunidad en general pueda asistir y conocer más de cerca qué es lo que están creando nuestros estudiantes. En el caso de la exposición fotográfica permanece

durante una o dos semanas en el lugar sede del evento que por lo general es el Museo de la Ciudad.
Es importante señalar que en algunas de las muestras, los estudiantes concursan con sus producciones obteniendo algún incentivo y reconocimiento con valor curricular.

Las últimas muestras se realizaron en el mes de mayo pasado en las siguientes versiones:

XVIII Concurso y Muestra Fotográfica
XI Muestra *Videolince* (producciones en video)
V Muestra de Diaporamas
IV Muestra de Cine-minutos

Asimismo, docentes y estudiantes suelen organizar conferencias sobre temas varios relacionados con la carrera durante el transcurso del semestre.

Intercambios académicos

Hasta el momento, nuestra carrera no contaba con intercambios con otras instituciones, salvo los estudiantes que ingresan a la licenciatura en Communications a través del programa AMERICOM del que se dio una breve reseña en el apartado sobre los programas académicos. En este programa, los estudiantes inician su carrera aquí (2 años) y concluyen sus estudios en alguna universidad de los Estados Unidos o Canadá afiliada al Miami Dale Community College. El estudiante se gradúa como Bachelaur en Communications, grado equivalente a nuestra licenciatura. En últimas fechas, también se ha conseguido alguna beca para que estos estudiantes estudien en Richmond University, Inglaterra.

A partir del semestre 1/2002 se iniciará el intercambio académico con la Universidad Europea de Madrid, España como parte de la vinculación que tenemos al pertenecer a la Red Internacional de Universidades Sylvan (ver capítulo 1). Para el próximo verano iniciaremos también intercambio con la Universidad de las Américas en Chile. [6]

La vinculación con estas universidades permitirá:

- Contar con programas de intercambio de estudiantes y docentes
- Mutuo reconocimiento de las materias y créditos cursados en cada universidad
- Capacitación de docentes
- Desarrollo de proyectos de investigación conjuntos

La Universidad Europea de Madrid cuenta con las licenciaturas en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.

Programas de vinculación con el sector social y/o productivo

La UVM, comprometida con la comunidad estudiantil, promueve e impulsa la vinculación con los diversos sectores de la sociedad, con el propósito de integrar a los estudiantes y egresados al sector productivo, creando lazos de interacción y comunicación constante.

El campus Querétaro ha establecido, 22 convenios generales múltiples [7] de intercambio académico entre los que se encuentran el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión y varias instituciones del sector gubernamental en el Estado, así como diversas instituciones del sector social y productivo, con el propósito de integrar a los estudiantes y egresados al campo profesional a través de la realización de sus prácticas profesionales; de eventos académicos y culturales y de su vinculación con el ámbito laboral. En el apartado de anexos se incluye una relación de los convenios con los que cuenta cada uno de los campi.

Programa de prácticas profesionales

Para apoyar y poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula, y acorde con los programas, la UVM creó el Sistema Integral de Prácticas. Desde la perspectiva del MES XXI, las asignaturas están orientadas de forma teórico-práctica en su mayoría, pues se plantea que el estudiante debe recibir en el aula un número determinado de horas clase, mismas que él deberá completar con investigaciones, trabajos de campo o ejercicio práctico profesional en alguna empresa o institución, responsabilizándose así de su propia enseñanza pues se integra como parte activa del proceso de enseñanza-aprendizaje; por otro lado, el docente fortalece su papel de conductor y guía del conocimiento dado que asume la responsabilidad de ese trabajo extra-aula como elemento importante del desempeño del estudiante.

El Sistema Integral de Prácticas parte de un modelo tridimensional que incluye la operación, control y evaluación de las prácticas; su objetivo es que el estudiante ponga en práctica los conocimientos adquiridos en su disciplina, en aquellos escenarios de los diversos sectores de actividad con los que tendrá que enfrentarse en la realidad profesional. Con tal propósito, establece dos tipos de escenarios: internos y externos. Los primeros se refieren a las actividades a desarrollar en los centros, talleres y laboratorios de la propia universidad y los segundos, como su nombre lo indica, se refieren a las actividades que se realizan en los espacios afuera de la institución en donde el estudiante puede llevar a cabo sus prácticas.

En el caso específico de la carrera de Comunicación, los estudiantes realizan sus prácticas curriculares a nivel interno en los laboratorios del Centro de Comunicación y las prácticas profesionales en escenarios externos como Televisora Queretana, Televisión Azteca Querétaro, Radio Querétaro, Grupo Multimundo Radio, Organización Radiocentro Querétaro, Diario de Querétaro, Periódico Noticias, agencias de publicidad, empresas, museos y dependencias

Las prácticas de campo que llevan los estudiantes para cada materia son supervisadas por sus profesores (en el caso de las internas y de proyectos especiales). Las prácticas profesionales se realizan en escenarios externos y son supervisadas por el Coordinador del Programa. En éstas últimas, el estudiante debe cubrir, como requisito de titulación, con 250 horas de prácticas.

En las prácticas de campo, los docentes evalúan al estudiante sobre el producto final obtenido. En las profesionales, los estudiantes deben presentar un reporte de prácticas completo sobre las actividades que realizó. Dicho reporte incluye una carta de liberación por parte de la empresa o institución donde el estudiante realizó sus prácticas, una evaluación de su desempeño y el reporte , propiamente dicho, del estudiante con las actividades que desarrolló durante su estancia. Si el estudiante cubre con los requisitos, se le entrega una carta de liberación por parte de la institución. [8]

La UVM, campus Querétaro no cuenta, por el momento, con programa alguno de estancias.

Servicio Social

Como cualquier institución de educación superior con reconocimiento de la Secretaría de Educación Pública, la UVM cuenta con un programa de servicio social, a fin de introducir a los estudiantes en la realidad laboral de su profesión, y en congruencia con lo anterior, cuenta con un reglamento en el que se establecen los lineamientos y bases respectivos para la presentación del servicio social de los estudiantes, mismo que se anexa a este documento y en donde se explica cómo se le da seguimiento y evaluación al estudiante. [9]

El programa de Ciencias de la Comunicación contempla, como requisito de titulación la realización del servicio social. El estudiante puede realizarlo dentro de la universidad y fuera de ella. Dentro, el estudiante puede desempeñar sus conocimientos en Comunicación en alguna de las áreas o departamentos del campus. En el exterior, deberá hacerlo en instituciones gubernamentales o en asociaciones o empresas que tengan el registro ante la SEP para este fin. En este caso, el servicio social puede ser profesional o comunitario.

Producciones

Como antes mencionábamos, las diferentes áreas del Centro de Comunicación generan producciones a través de sí mismas y de los estudiantes. A continuación se presentan las producciones que se generan en cada una de las áreas, dónde se difunden sus trabajos (a parte de los festivales) y en el anexo a este documento se encontrarán los listados del material con el que se cuenta.

Área de radio

- **RADIO LINCE, CIRCUITO CERRADO DE ONDAS ALTERNATIVAS.**

Antecedentes.
Radio Lince es el circuito cerrado de radio de la Universidad del Valle de México Campus Querétaro. Nace un 14 de septiembre de 1992 debido a la inquietud de los entonces estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de tener un espacio para realizar prácticas radiofónicas dentro del mismo Campus. El proyecto fue presentado al Coordinador del Centro de Comunicación quien improvisó, dentro de uno de los camerinos, la cabina de transmisión de Radio Lince. Este nuevo medio de comunicación comenzó a atraer la atención de la comunidad universitaria, al grado de que se incorporaron a la programación estudiantes de otras carreras, docentes y administrativos. Fue entonces cuando la actual Rectora del Campus, Lic. Silvia Rivera Damián, autorizó la construcción de una cabina propia dentro del Centro de Comunicación, además de dotar al circuito cerrado de bocinas ambientales que fueron repartidas por distintos lugares de la Universidad.

Programación.
Actualmente, Radio Lince cuenta con una programación de 8:00 a 14:00 hrs. Los productores son estudiantes de diferentes carreras (principalmente de Comunicación), docentes y administrativos. Si alguien se interesa en integrarse a la programación, debe establecer el compromiso del horario con el académico de prácticas de radio. Otro aspecto importante es que todos los productores deben haber aprobado el *Curso Propedéutico para Productores de Radio Lince* que se imparte todos los semestres por el académico de prácticas del área.

El **objetivo principal** de Radio Lince es ofrecer a la comunidad universitaria un espacio de información, difusión y expresión en el que se produzcan nuevas propuestas radiofónicas fuera de las fórmulas comerciales, además de servir como un espacio de prácticas para los estudiantes interesados en este medio de comunicación.

- **RADIO LINCE, EL TIEMPO Y ESPACIO UVM.**

En julio del 2000, la Universidad del Valle de México Campus Querétaro, fue invitada a participar en una nueva barra universitaria que se transmitiría de lunes a viernes a las 16:00 hrs por Radio Universidad en las frecuencias 89.5 fm y 580 am.

El objetivo, según la Universidad Autónoma de Querétaro, era vincular e integrar a las diferentes instituciones de educación superior que imparten las carreras de Comunicación y Periodismo en el Estado.

Cabe destacar que los programas de *Radio Lince, el Tiempo y Espacio UVM*, han tenido muy buena aceptación por parte del auditorio y de Radio

Universidad, debido a la calidad de sus programas y a que somos la única Universidad en la barra en presentar formatos más complejos como la radionovela y el reportaje dramatizado [10].

- **COMUNICACIÓN ABIERTA EN LA XEW**

Cada año, la Universidad del Valle de México Campus Querétaro, es invitada a participar en dos ocasiones en el programa "Comunicación Abierta" que es el espacio de Televisa Radio de vinculación universitaria y que se transmite a nivel nacional por la XEW. El programa es producido por el Mtro. Claudio Lenk.

Hasta la fecha, hemos enviado 6 producciones.

El número de estudiantes que participan en la programación varía de acuerdo al equipo de producción de cada programa. En los tres proyectos, los participantes son supervisados por el Académico de Prácticas de Radio, quien se apoya de otro académico y de un becario lince.

Área de Vídeo y cine

En el área de vídeo se generan producciones de los estudiantes y del área en particular ya que tienen a su cargo la cobertura del total de eventos académicos y no académicos vinculados con nuestra universidad y durante todo el año. Como antes señalábamos, las producciones de los estudiantes son exhibidas en las muestras y también forman parte de trabajos encargados ex profeso por empresas privadas e instituciones de gobierno. A cargo del área se encuentra un docente y un auxiliar en televisión. El catálogo de producciones abarca:

- Material didáctico sobre diferentes áreas
- Conferencias
- Eventos académicos
- Material institucional
- Cursos y seminarios
- Muestras de producciones de los estudiantes [11]

Actualmente, el proyecto del circuito cerrado de televisión se encuentra en manos de las autoridades para su aprobación. Asimismo, esperamos que tras la reciente firma del convenio con el STIRT, se otorguen mayores facilidades para que las producciones de nuestros estudiantes tengan algún espacio en el medio, a través de sus prácticas profesionales.

En el área de cine se encuentra un pequeño stock de filmes en formato de 16 y 35 mm donados a la institución por el docente a cargo de la asignatura. Asimismo, existe una relación de las producciones de cine-minutos realizadas por nuestros estudiantes como parte de la materia de Taller de Cine. Se cuenta con material didáctico sobre esta área, principalmente en formato de vídeo. (Ver anexos)

Área de Medios Audiovisuales

En esta área se encuentra una diapositeca con de más de 1500 diapositivas, producto, en su mayoría de los trabajos de los estudiantes. También existe material didáctico para la asignatura en este formato, así como los cassettes que acompañan a algunos de los audiovisuales que ahí se encuentran.
A cargo de esta área se encuentra un académico de prácticas. [12]

En el **área de prensa escrita** se ha suspendido, temporalmente, en el Diario de Querétaro, el espacio con el que contaban nuestros estudiantes para difundir los mejores trabajos de las materias relacionadas con el Periodismo.

En el **área de creación de páginas web**, nuestros estudiantes aprenden a diseñarlas a través de las materias de informática aplicada y avanzada en Ciencias de la Comunicación. La página web con la que cuenta actualmente el campus, ha sido diseñada por uno de nuestros estudiantes del 7° semestre. Actualmente, está en periodo de actualización.

BIBLIOGRAFÍA

[1] UVM: Reporte del 1er. Encuentro de Comunicación: Los Medios de Comunicación Ante la Disyuntiva de Fin de Siglo. Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación, Campus Querétaro.

[2] UVM: Reporte del 2°. Encuentro de Comunicación. La Persistencia de la Visión: El quehacer Cinematográfico en un Mundo Electrónico. Coord. del Programa de Ciencias de la Comunicación. Campus Querétaro, 1998.

[3] UVM: Reporte del 3er. Encuentro de Comunicación: La Esfera de los Sentidos: Publicidad, Comunicación Creativa. Coord. Del Programa de Ciencias de la Comunicación. Campus Querétaro, 1999.

[4] UVM: Reporte del 4° Encuentro de Comunicación: El Sostén de la Comunicación. Coord. del Programa de Ciencias de la Comunicación. Campus Querétaro, 2000

[5] UVM: Lineamientos del Staff de Comunicación. Staff de Comunicación 1997-1998 Campus Querétaro, 1997

[6] UVM: Directorio de Convenios Institucionales. Dirección Vinculación, Campus Querétaro, 2001

[7] UVM: Directorio de Convenios Institucionales. Dirección Vinculación, Campus Querétaro.

[8] UVM: Requisitos para la Liberación de Prácticas Profesionales. Ciencias de la Comunicación, Campus Querétaro.

[9] UVM: Servicio Social.....Delia

[10] UVM: Radio Lince, Tiempo y Espacio UVM. Listado de Producciones Centro de Comunicación, Campus Querétaro, 2001

[11] UVM: Área de Televisión, Cine y Video. Listado de Producciones Centro de Comunicación, Campus Querétaro, 2001

[12] UVM: Área de Medios Audiovisuales. Listado de Producciones Centro de Comunicación, Campus Querétaro, 2001

X. Infraestructura

10. Infraestructura (Recursos físicos y servicios)

Aulas dedicadas a la docencia

El programa académico de Ciencias de la Comunicación cuenta con el número suficiente de aulas para la impartición de clases. Las aulas se encuentran ubicadas en siete edificios del campus.

Los estudiantes de la carrera toman sus clases en todos los edificios dependiendo de la asignatura y de la capacidad instalada. Por ejemplo, para las asignaturas de Informática acuden a las salas de Centro de Cómputo, las cuales están en el edificio "A"; las materias con carga teórica se ubican en los edificios "A","C", "D", "E", "F" y "G". Las asignaturas con carga horaria práctica se ubican el edificio "A", en donde se encuentra el Centro de Comunicación con todos los laboratorios.

Por el sistema de organización departamental, la Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación sólo cuenta con salones asignados específicamente para la carrera en el Centro de Comunicación. De acuerdo a los requerimientos de su matrícula, el resto de los salones le son asignados, sin ningún inconveniente. El campus cuenta con un total de 62 aulas distribuidas en edificios y con capacidad instalada como se señala en la siguiente gráfica:

SALONES CAPACIDAD	EDIFICIOS								
	A	C	D	E	F	G	I	J	TOTAL
50 Estudiantes	5	3	9	3	6		1		27
40 Estudiantes				1				2	3
30 Estudiantes						3			3
25 Estudiantes	2	6	2	1	10	2	1		24
15 Estudiantes			1			3			4
10 Estudiantes			1						1
TOTAL	8	9	13	5	16	8	2	2	62

En este listado no se incluyen como aulas las áreas destinadas a laboratorios y talleres.

El **Centro de Comunicación** cuenta también con instalaciones propias para la impartición de asignaturas teórico prácticas como se indica a continuación:

- **Dos laboratorios de fotografía**, uno en blanco y negro equipado con 15 ampliadoras para la impresión y ampliación de fotografías en B/N. También cuenta con un laboratorio de fotografía a color equipado con 11 ampliadoras donde se imprimen y amplían fotografías en color.

- En el **área de Televisión** se cuenta con un estudio de televisión equipado con tres cámaras profesionales de estudio para la producción de

programas y promocionales en tele, así como con un emparrillado con capacidad para 74 lámparas de diferentes características y wattage. Se cuenta con una cabina de dirección de cámaras desde donde se controla la iluminación, el audio, la señal de vídeo así como el titulaje y videotape.

Se cuenta con ~~un~~ cuatro islas de edición de video (postproducción) dos lineales y dos no lineales en sistema (Avid Express y Applied).

- Dentro del **área de Radio**, se cuenta con tres cabinas de radio: dos de producción y una de transmisión, donde los estudiantes realizan proyectos de promocionales, radionovelas, radio cuentos, reportajes en las diferentes materias que conforman la carrera; en una cabina de producción se cuenta con cabina de locución y controles, grabadoras de carrete abierto, amplificadores, minidisk, reproductores de CD, generador de efectos, consola de audio, deck, tornamesa, así como una computadora para postproducción en sistema no lineal plataforma Mac y software Protools.

En otra cabina de radio se cuenta también con una cabina de locución y controles grabadoras de carrete abierto, deck, generador de efectos, micrófonos, reproductores de CD, minidisk, tornamesa, consola de audio, amplificadores.

La tercer cabina es de transmisión en circuito cerrado denominado "Radio Lince", donde los estudiantes realizan prácticas en la producción de programas en un horario de 8 de la mañana a 2 de la tarde durante el semestre. Cuenta con una consola de audio, tornamesa, deck, minidisk, reproductor de CD, cartuchera, amplificadores y micrófonos.

- Dentro del **área de Cine,** se cuenta con una isla de postproducción en la cual los estudiantes editan sus cortometrajes producidos en la materia de cine; el equipo con que se cuenta es: una cámara de 16mm, proyector de 16 mm, moviola, pegadora y sincronizadora, todo esto en formato de cine en 16mm.
- En el área de **Audiovisuales,** contamos con dos salas de pulsaciones donde los estudiantes postproducen sus diaporamas; en cada una de ellas contamos con un deck pulsador, tres proyectores de diapositivas, torres de proyección, un sincronizador de efectos, pantallas, así como monitores de audio.

El Centro de Comunicación, también cuenta con un **almacén** donde se tienen equipos portátiles de televisión, videocaseteras, televisiones, proyectores de acetatos y diapositivas, micrófonos, cámaras de fotografía, bocinas, equipo de iluminación portátil, así como con una videoteca en formato de 16mm y video en formato VHS y S-VHS, audioteca (LP's, audiocasetes, minidisk), de programas producidos por estudiantes, docentes, administrativos.

También cuenta con un stock de materiales consumibles para la producción en diferentes áreas como: focos, químicos, papel fotográfico, videocasetes, audiocasetes, rollos fotográficos, pilas, cables.

El Centro de Comunicación cuenta con dos salas de proyecciones, una con capacidad para 35 personas y otra para 20. Éstas son de uso exclusivo para el programa.

El Centro de Comunicación tiene un horario de atención a estudiantes y demás personal de 7 de la mañana a 8 de la noche en horario corrido de lunes a viernes. Este es atendido por un coordinador del centro, cuatro académicos de prácticas (televisión, radio, fotografía y audiovisuales, un auxiliar de televisión y dos auxiliares de prácticas.

En el Centro de Comunicación se cuenta con un área de trabajo para los 5 profesores de tiempo completo, provista de las condiciones necesarias para sus actividades.

Para su funcionamiento el Centro de Comunicación cuenta con la siguiente estructura:

- Un **Coordinador de Centro** cuya función es la de administración general de los recursos humanos, recursos tecnológicos, materiales e instalaciones del centro; impartición de clases y asesorías a estudiantes cumpliendo con los planes y programas de estudio, así como conocer y difundir cabalmente la normatividad de la universidad y de los escenarios que tiene a su cargo para su excelente funcionamiento y servicio.
- Cuatro **Académicos de Prácticas** (Televisión, Fotografía, Radio, Audiovisuales) los cuales tienen funciones académicas y administrativas. Dentro de las funciones académicas están las de cumplir con los planes y programas de estudio de las materias propias de su área a través de materias teórico-prácticas; la planeación de su clase, impartición y entrega de calificaciones, asesorías a estudiantes, docentes y practicantes. Participación en juntas académicas, elaboración de prácticas y material didáctico y actualización profesional dentro de su área.

Dentro de sus funciones administrativas, el académico de prácticas se responsabilizará del cuidado, vigilancia, desarrollo y control de su área específica de trabajo, la producción de proyectos institucionales y del campus, así como el cumplir las disposiciones normativas de la institución y de su escenario en particular; dar mantenimiento al área, al equipo y de ser necesario, solicitar su reparación para su buen funcionamiento; presupuestar el equipo y material necesario para el desarrollo de las prácticas, así como de fomentar la actualización tecnológica requerida para el funcionamiento óptimo del escenario.

- Un **Auxiliar de Televisión** cuya función administrativa es la de apoyar en la asesoría y producción institucional y de campus en vídeo así como al académico de prácticas de televisión; la supervisión, mantenimiento preventivo y correctivo de todo el equipo que está asignado a dicha área para el buen funcionamiento de la misma y la vigilancia de la producción didáctica en producción de vídeo, así como de la videoteca.

- Dos **Auxiliares de Almacén**, cuya función administrativa es la de controlar la entrada y salida de los estudiantes, así como de la vigilancia de todo el equipo audiovisual y consumibles que se encuentran en el almacén del centro. También dan apoyo al académico de prácticas en el mantenimiento preventivo y correctivo del equipo de su área y se encargan del préstamo de materiales para el apoyo de las prácticas académicas de diferentes áreas y del apoyo en montaje de equipo para eventos del campus en la cobertura de audio, fotografía y vídeo.

Otros escenarios con los que se cuenta para un uso general y que apoyan la impartición de clases son el edificio "B" donde se encuentra la Sala de Usos Múltiples con capacidad para 66 personas y el edificio "C" donde se encuentra una teleaula con capacidad para 30 personas.

Otras áreas

Los alumnos del programa de Ciencias de la Comunicación tienen acceso a:

- Biblioteca
- Videoteca
- Cafetería
- Centro de Cómputo
- Laboratorio de idiomas
- Áreas deportivas y culturales
- Plaza del estudiante

En el Centro de Cómputo los estudiantes cuentan con un total de 165 computadoras. Entre el software con el que cuentan para su área están el office, project, star graphics, animator, studio max, page maker, photo shop, ilustrator y corel draw, entre otros. Asimismo, todas ellas tienen acceso a internet.

La relación de alumno-computadora en las clases es de uno a uno.

Servicios de información

El campus Querétaro de la UVM cuenta con un Centro de Información o Biblioteca destinada a la adquisición, organización del uso y conservación de la colecciones de libros y de servicios hemerográficos, catalográficos y audiovisuales; recursos orientados a apoyar los planes y programas de estudio, de investigación y de la difusión de la cultura por parte de los diferentes segmentos de la comunidad universitaria.

Los servicios que prestan en el Centro de Información, de las 7:00 a las 19:00 horas de lunes a viernes y de los 10:00 a las 14:00 horas los sábados son:

a) Préstamo (a domicilio e interbibliotecario)
b) Catálogos en base de datos
c) Servicio de fotocopiado

d) Orientación a usuarios

La biblioteca del campus cuenta con un acervo general y de consulta de diversas disciplinas, de aproximadamente 19,000 títulos y 25,000 ejemplares, que se encuentran a disposición de la comunidad. El Centro de información cuenta con un acervo de 426 títulos y 1,493 ejemplares que apoyan el plan y programas de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación. También apoyan al plan de estudios el acervo general existente, debido a la interdisciplinariedad y a la organización departamental.

En el sentido estricto, el campus no cuenta con una hemeroteca, aunque cuenta con revistas y periódicos de temas generales. El Centro de información del campus ofrece el sistema de consulta UVM, que contiene todo el acervo bibliográfico de los campi de la UVM.

Entre otras particularidades, el Centro de Información ofrece el servicio de préstamo interbibliotecario, sustentado en convenios suscritos entre el Campus Querétaro e instituciones de investigación y de educación superior.

A fin de mantener permanentemente vigentes los servicios bibliográficos, cada periodo escolar se lleva a cabo, de manera sistemática, el proceso de actualización de la bibliografía mediante la recepción y trámite de solicitudes de compra de material documental requerido para los programas académicos.

Por el momento no se cuenta con la totalidad de la bibliografía definida de los programas de estudio, en específico los textos en inglés, debido principalmente a la dificultad de su adquisición, ya sea porque se han agotado los volúmenes, por haber desaparecido del mercado o por ser ediciones extranjeras. Actualmente, se está realizando el proceso de adquisición de nueva bibliografía para la carrera de Ciencias de la Comunicación debido a la actualización curricular, de la cual hacíamos mención en el apartado de programa académico.

La carrera no cuenta con suscripciones a revistas especializadas.

Con las restricciones del caso se ha enmendado esta deficiencia con el servicio de préstamo interbibliotecario y los bancos de información.

XI. Recursos Financieros

11. Recursos financieros

La Universidad del Valle de México obtiene sus recursos financieros exclusivamente de inscripciones y colegiaturas de sus estudiantes (semestre a semestre en el caso de Bachillerato SEP y Licenciatura; en la modalidad de cuatrimestres para los estudiantes de Posgrado); así como de diversos servicios académicos que requiere la comunidad universitaria.

Asimismo, ofrece cursos, talleres y diplomados que coordina el área de Educación Continua, los cuales se ofrecen para la población interna y externa y de esta manera es posible obtener recursos adicionales.

El presupuesto asignado a la Coordinación del Programa de Ciencias de la Comunicación para el año 2001 fue

Gasto Departamental	$ 549,089
Costo Directo	$ 3,491,829

El presupuesto asignado a la Coordinación del Centro de Comunicación para el mismo periodo fue

Gasto Departamental	$ 1,887,321
Costo Directo	No tiene

El presupuesto de la Coordinación del Programa de Comunicación, aproximadamente, se distribuye de la siguiente manera:

Docencia	41.62 %
Administración o gestión	53.18 %
Difusión y extensión	5.18 %
Investigación	0 %
Infraestructura	4.38 %

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO

POR SIEMPRE RESPONSABLE DE LO QUE SE HA CULTIVADO

FUNDADA EN 1960

DOCUMENTO QUE PRESENTA LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO, CAMPUS QUERÉTARO, ANTE EL CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACIÓN DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNIACIÓN (CONEICC) PARA OBTENER LA CATEGORÍA DE MIEMBRO DEFINITIVO.

REPORTE DE ACTIVIDADES DE 2002-2003

Elaborado por:

Lic. Ma. de la Luz Fernández Barros
Dr. Arturo González López

Santiago de Querétaro, Qro. Marzo de 2003

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO
Campus Querétaro

Santiago de Querétaro, Qro. 06 de marzo de 2003

Mtro. Francisco Javier Martínez Garza
Presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación

At'n.: Mtra. Martha Collignon
Coord. de Asuntos Académicos
Presente

Distinguido Mtro. Martínez:

Con la presente me permito notificar a Usted los nombres de las personas que representarán a nuestro Campus ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación:

- ✓ **Lic. Ma. de la Luz Fernández Barros**. Catedrática de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- ✓ **Dr. Arturo González López**. Coordinador de Programa Académico de Ciencias de la Comunicación
- ✓ **Mtra. Gabriela E. Ahumada Gastélum**. Directora del Departamento de Ciencias Económico-Administrativo, Sociales y Posgrado.

Agradezco su amable atención al presente y me despido enviándole un cordial saludo.

A T E N T A M E N T E
"POR SIEMPRE RESPONSABLE DE LO QUE SE HA CULTIVADO"

Lic. Silvia Rivera Damián
Rectora

ÍNDICE

En el presente documento se hará una relación de las actividades que nuestra institución ha desarrollado durante el periodo comprendido entre marzo del 2002 y marzo del 2003, con la finalidad de cumplir con los compromisos de trabajo que el CONEICC tuvo a bien solicitarnos al momento de darnos el nombramiento del Miembros Provisionales. (Acuerdo LIII-3 de la LIII Asamblea Ordinaria del CONEICC).

A continuación, se hará referencia a las recomendaciones que nos hizo el Consejo seguidas de las acciones realizadas por nuestra institución.

1. *Impulsar de manera planeada y sistemática actividades directamente relacionadas con la investigación.*

a) Asistencia y participación de profesores en congresos y seminarios.

Durante el 2002, el Lic. Benjamín Islas participó en dos de los eventos organizados por el CONEICC como estímulo y garantía de que en fechas posteriores al evento, el Lic. Islas compartiría, a través de charlas con el resto del cuerpo docente de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UVM, Campus Querétaro, los conocimientos y reflexiones adquiridas durante los mismos. Dichas charlas fueron impartidas en los meses de junio y noviembre del pasado año.

Los Seminarios en los que se ha participado fueron:

- Seminario-Taller "Globalización y cultura."
  Expositor: Dr. James Lull
  U. A. S. L. P., CONEICC
  San Luis Potosí, S.L.P. Abril de 2002.

- Seminario "Comunicación y Democracia"
  Ciudadanía y Procesos Electorales.
  CONEICC, IFE, Konrad-Adenauer-Stiftung, FELAFACS.
  Septiembre de 2002.

Nota: se anexan fotocopias de constancias de asistencia.

b) Intercambio académico.

La Red de Universidades más grande del mundo, Sylvan, ha fortalecido el desarrollo profesional de nuestros estudiantes, patrocinando intercambios con diversas Universidades en América del Norte, Latinoamérica, Asia y Europa.

Como primer paso, en el afán de fortalecer el intercambio académico y de docentes entre las universidades miembro, en nuestro campus se ha iniciado con el intercambio de estudiantes. Así pues, estudiantes de la carrera en Ciencias de la Comunicación han optado por ampliar su desempeño profesional dentro de la Universidad Europea de Madrid, España, gracias a la importancia que ha tomado este país en cuestión de imagen publicitaria y periodística.

De este modo, desde septiembre de 2002 y hasta la fecha, se encuentran 9 (nueve) estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en esta universidad española, cursando el último año de su carrera profesional bajo las especialidades de periodismo e imagen publicitaria.

De acuerdo a los lineamientos establecidos en los Acuerdos de Intercambios entre las universidades miembros de la Red Internacional, se prevee que en breve pueda iniciarse el intercambio de docentes pero los tiempos y el número de éstos depende de las metas establecidas por la Universidad del Valle de México, a nivel institucional.

Nota: Se anexa relación de estudiantes.

2. Respecto de la investigación

2.1 Incrementar y actualizar el acervo bibliográfico especializado y general en el ámbito general de la disciplina.

a) Adquisición de acervo bibliográfico.

Durante el año 2002 se adquirieron 1204 libros sobre Comunicación, Mercadotecnia, Administración, Psicología, Diseño Gráfico y Publicidad, de los cuales, 254 corresponden exclusivamente a temas especializados de Comunicación.

Nota: Se anexa listado de adquisiciones

2.2 Suscripción a revistas académicas

a) Suscripción a revistas académicas.

Debido a la aplicación del presupuesto para publicaciones durante el año 2002, no se autorizó la suscripción de nuevas revistas académicas. Por tal motivo, actualmente la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación continúa con las suscripciones de las revistas que se presentaron en el anterior informe ante el CONEICC.

Para el periodo presupuestal del 2003 se tratará de incrementar la suscripción a revistas académicas tanto nacionales como internacionales. Entre las solicitadas se tienen:

Revistas nacionales	Revistas internacionales
Etcétera Creativa Viceversa	Interactiva Zer Canadian journal of Communication

En relación a este punto, quisiéramos hacer una solicitud al Comité Coordinador del CONEICC, en torno a la posibilidad de que se nos pudieran hacer llegar ejemplares de los Anuarios de Investigación y otras publicaciones editados por el Consejo, anteriores a nuestra asistencia a las Asambleas en que asistimos como observadores (Los anteriores a la L Asamblea). Todo ello, con el fin de enriquecer nuestro acervo bibliográfico en torno a la investigación de la comunicación.

2.3 Incorporar un espacio dedicado hacia las actividades de investigación como parte constitutiva del tiempo asignado al personal académico.

a) La Universidad del Valle de México, Campus Querétaro, contrató al Dr. Arturo González López como Coordinador del Programa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

El objetivo de esta contratación tiene como finalidad el ampliar el ámbito investigador de la Licenciatura. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, España, el Dr. González ha compaginado la docencia y la investigación en el campo de la comunicación de medios con el estudio y aplicación de las nuevas tecnologías en el entorno publicitario.

La formación de un equipo de investigación encabezado por el Dr. González es uno de los retos a conseguir en el presente año. La publicación de los resultados de su última investigación "Nuevas formas de publicidad en la Televisión Interactiva" darán pauta para un mayor desempeño académico, la actualización y creación de bibliografía de trabajo y complementaria para los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación.

Nota: Se anexa copia del título profesional del Doctor y constancia de su contratación

2.4 Integrar un cuerpo de académicos responsables de la coordinación y dirección de los trabajos recepcionales y proyectos de investigación.

a) Integración de un cuerpo académico más amplio para el desarrollo de trabajos recepcionales

A partir de agosto del 2002, la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UVM, Campus Querétaro, cuenta con un número reducido, pero exclusivo de asesores de tesis profesionales, integrado por:

- Lic. Benjamín Islas de León.
- Lic. Israel Pérez Valencia.
- Mtra. Irma Villaseñor Suárez.

Nota: Se anexa carta de integración.

2.5 Impulsar y apoyar el desarrollo de proyectos de investigación de acuerdo a las líneas definidas por la institución.

a) Proyectos de investigación

Actualmente, hay dos proyectos de investigación en proceso. Uno de ellos a cargo del nuevo investigador y otro a cargo de una de las docentes de asignatura. A continuación se hace referencia a cada uno de ellos.

Título: ***Aplicaciones de las Nuevas Tecnologías en la Enseñanza de las Ciencias de la Comunicación.***

Dirige: Dr. Arturo González López.

Objetivo: Comprobar el uso de las nuevas tecnologías en la enseñanza de las ciencias de la comunicación y en la construcción de materiales diseñados en el entorno de la formación con el soporte de la tecnología.

Estado de la Investigación: En proceso.

Título: La práctica de los medios de difusión ante la ley de acceso a la información gubernamental en las estructuras democráticas.

Dirige: Lic. Elena Soria Paniagua

Objetivo: Conocer la función de los medios de difusión ante lo realizado por los gobiernos para que la sociedad ejerza plenamente su derecho a saber.

Estado de la Investigación: En proceso

Nota: Se anexa resumen de los avances de cada uno de ellos.

2.6 Impulsar la publicación de los diversos productos de investigación que se realicen.

a) Publicación de la revista Mediando

La publicación de la Revista durante este año fue suspendida durante algún tiempo buscando incrementar la calidad de impresión de la misma, así como el mejoramiento de sus contenidos. Por tal motivo, únicamente se editaron dos números con la finalidad de dar salida a material entregado por docentes, alumnos y colaboradores con antelación. Actualmente, se está preparando el número 13 teniendo como meta el presentar una nueva imagen de la publicación en cuanto a diseño y contenidos.

b) Otras publicaciones

Actualmente, estamos estudiando propuestas para la publicación de un libro del Dr. Arturo González titulado "Nuevas Formas de Publicidad en la Televisión Interactiva". Por tal motivo, agradeceríamos al CONEICC el que pudiera orientarnos sobre qué tipo de apoyos o contactos se nos pueden proporcionar para lograr tal objetivo.

Nota: Se anexa sinopsis del libro realizada por el autor.

3. Revisar a fondo el estado actual de los procesos de recepción profesional, sus criterios, procedimientos y resultados, en especial sobre el fomento al desarrollo de tesis.

a) Tras un análisis de la situación de sus egresados al concluir sus estudios, la Universidad del Valle de México, a nivel institucional, presentó un nuevo reglamento de titulación para los estudiantes de Licenciatura y Posgrado de todas las carreras, con la finalidad de ofrecerles nuevas oportunidades para obtener el grado de los estudios cursados. Dicho reglamento entró en vigor a partir del 21 de enero de 2003.

b) Recepción profesional a través de tesis

En este aspecto reconocemos que nos queda mucho por andar ya que, generalmente, los estudiantes de la carrera optan por cualquiera de las otras opciones de titulación. Sin embargo, en este año, y después de más de seis años, conseguimos abrir una nueva brecha al lograr la titulación de una de nuestras estudiantes a través de la tesis. El título de la misma es " Análisis del discurso religioso actual a través de la prensa celibato: ¿Entre el abuso sexual y la justificación moral?".

Nota: Se entrega al CONEICC un ejemplar de la misma para el Centro de Información del mismo

4. Proyectos especiales.

Completar y redactar

a) Radio Lince

Radio Lince nace con tres objetivos específicos:

- ✓ Desarrollar un espacio de práctica dentro del Campus para que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos aprendidos en clase.
- ✓ Proyectar las mejores propuestas radiofónicas en los espacios que nuestro Campus tiene los martes y los viernes en Radio Universidad Autónoma de Querétaro.

- ✓ Establecerse como un medio de comunicación interna en la Universidad del Valle de México Campus Querétaro.

Nace en 1992 y hasta la fecha continúa transmitiendo información y entretenimiento no sólo a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, sino a todo el sector estudiantil y colegiado del plantel Querétaro.

b) Expresión TV

Expresión TV, surge en 2001 con el fin de crear un medio práctico de comunicación con el fin de fomentar la cultura e información. Es un proyecto costoso que ha dado pauta para el enriquecimiento de la carrera.

c) VI Encuentro de Comunicación

El Encuentro de Comunicación, fundamentalmente organizado por el Staff de Comunicación y asesorado por la Coordinación de Programa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, tiene como meta vincular a los estudiantes de la carrera con profesionistas del área de la comunicación.

El mes de abril del presente se llevará a cabo el VI Encuentro de Comunicación "VÁMONOS ENTENDIENDO... comunicación en todos los sentidos".

c) Inversión en infraestructura

Durante este año, la UVM está invirtiendo sumas importantes para lograr una mejor preparación de sus estudiantes. El objetivo de ello es que los alumnos, sus padres, sus futuros empleadores, los maestros y el público en general, sepan que el compromiso adquirido por Sylvan International Universities y las autoridades de la Universidad del Valle de México, es el de brindar a nuestros estudiantes una preparación y calidad de nivel internacional.

En el campus Querétaro se invertirán 50 millones de pesos destinados para la ampliación y construcción de nuevos edificios y áreas, así como para la adquisición de infraestructura para operar. A continuación se hace una reseña de dicha aplicación:

- Un nuevo Gimnasio con auditorio para 750 personas.
- Un nuevo Laboratorio de Mecatrónica.
- Equipamiento para el Laboratorio de Ing. Industrial y de Sistemas.
- 3 unidades de rayos X e instrumental para las clínicas odontológicas.
- 45 computadoras PC, 9 Mac, 5 impresoras y 4 cámaras de videoconferencia.
- 30 TV´s, 18 videocaseteras, 49 proyectores de acetatos, 11 videoproyectores, 28 pantallas y 25 proyectores de diapositivas.
- 2,800 libros nuevos.
- Remodelación de la pista de atletismo y las canchas de básquetbol.
- 2 nuevas canchas de tenis.
- Dos autobuses nuevos para transporte escolar.

Y exclusivamente para la carrera de Ciencias de la Comunicación:

- 1 cámara digital, 1 editora de audio y un equipo de edición de video no lineal.

ANEXOS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSI

CONEICC

La Universidad Autónoma de San Luis Potosí

a través de la

Escuela de Ciencias de la Comunicación
y el Consejo Nacional para la Enseñanza

y la

Investigación de las Ciencias de la Comunicación

otorgan el presente

RECONOCIMIENTO

A: *Benjamín Islas de León*

Por su participación en el

Seminario-Taller

Globalización y CULTURA

Expositor: Dr. James Lull

celebrado del 10 al 12 de abril de 2002,
con una duración de 15 horas

San Luis Potosí, S.L.P. Abril de 2002

Ing. Jaime Valle Méndez
Rector de la
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

L.C.C. Jorge Arturo Mirabal Martínez
Coordinador de la Sede

Dr. Francisco Aceves González
Coordinador del Seminario

FELAFACS

IFE
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

CONEICC

Konrad Adenauer Stiftung

OTORGA EL PRESENTE

RECONOCIMIENTO

A

Benjamín Islas de León

POR SU PARTICIPACIÓN EN EL SEMINARIO

"COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA"

Ciudadanía y Procesos Electorales

19 - 21 de Septiembre - 2002

Lic. Francisco Martínez Garza
Presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

Lic. Víctor Avilés Castro
Coordinador Nacional de Comunicación Social del Instituto Federal Electoral

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO
Campus Querétaro

Santiago de Querétaro, Qro. 06 de marzo de 2003

Mtro. Francisco Javier Martínez Garza
Presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación

Distinguido Mtro. Martínez:

Hago constar, con la presente, los nombres de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad del Valle de México Campus Querétaro, que se encuentran en intercambio académico con la Universidad Europea de Madrid, en España, cursando en esta institución dos periodos escolares, de octubre de 2002 a julio de 2003.

- ✓ **Alonso Casillas Imelda.**
- ✓ **Cervantes Martínez Patricia.**
- ✓ **Flores García Dea Yasmín.**
- ✓ **Hinojosa Cervantes Fernanda.**
- ✓ **Sánchez Aguilar Miguel Ángel.**
- ✓ **Sánchez Puebla Jesús Iván.**
- ✓ **Santiago Garduño Frine Aline.**
- ✓ **Silva Rodríguez Karla Ifigenia.**
- ✓ **Pérez Pérez Penélope**

Agradezco su amable atención al presente y me despido enviándole un cordial saludo.

A T E N T A M E N T E
"POR SIEMPRE RESPONSABLE DE LO QUE SE HA CULTIVADO"

Dr. Arturo González López
Coordinador de Programa de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO
CAMPUS QUERETARO
DIRECCION DE SERV. ESCOLARES

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	EJ.
Actuacion creativa	Preciado, Juan Felipe	La actuacion dramatica creativa	Mexico	Limusa	1987	3
	Bentley, Eric	La vida del drama	Mexico	Paidos	1985	4
	Beverido Duhalt, Francisco	Taller de actuacion	Mexico	Escenologia	c1997	
Administracion de la Mercadotecnia	Koontz, Harold	Administracion : una perspectiva global	Mexico	McGraw-Hill	1998	8
		Administracion de la mercadotecnia multinacional : lecturas y casos	Buenos Aires	Addison-Wesley	1992	
	Cravens, David W.	Administracion en mercadotecnia	Mexico	CECSA	1993	9
Analisis de Contenido en la Comunicacion Educativa	Prieto, Francisco	Comunicacion y educacion	Mexico	Coyoacan	1996	6
	Verderber, Rudolph F.	Comunicate	Mexico	International Thomson	1999	1
	Redondo Garcia, Emilio	Educacion y comunicacion	Barcelona	Ariel	1999	1
Analisis de la conducta del consumidor	Arellano, Rolando	Comportamiento del consumidor y marketing : aplicaciones practicas America Latina	Mexico	Harla	1993	
	Morales, Francisco	Psicologia social	Madrid	McGraw-Hill	1999	6
	Gelles, Richard	Sociologia : con aplicaciones en paises de habla hispana	Mexico	McGraw-Hill	2000	5
Analisis del Discurso		Analisis estructural del relato	Mexico	Coyoacan	2001	3
	Eco, Umberto	Tratado de semiotica general	Barcelona	Lumen	2000	3
	Gadamer, Hans-Georg	Verdad y metodo 2 vols.	Salamanca	Sigueme	1977-1992	6
Arte Computacional	Pressman, Andy	Architectural design portable handbook : a guide to excellent practices	New York	McGraw-Hill	2001	5
	Morris, Mano, M.	Digital design	New Jersey	Prentice Hall	2002	8
	Gross, Phil	Director 8 y lingo	Madrid	Anaya multimedia	2000	3
Bases Teorico Metodologicas de la Investigacion	OLIVe, Leon	El bien, el mal y la razon : facetas de la ciencia y de la tecnologia	Mexico	UNAM : Paidos	2000	5
	Perez Ransanz, Ana Rosa	Kuhn y el cambio cientifico	Mexico	FCE	1999	3
	Villoro, Luis (coord.)	Los linderos de la etica	Mexico	Siglo XXI : UNAM, CIICH	2000	3
Ciencia Politica y Comunicacion		Ideologias y movimientos politicos contemporaneos	Madrid	Tecnos	1998	1
	Sartori, Giovanni	La politica: logica y metodo en las ciencias sociales	Mexico	FCE	1984	3
		Manual de ciencia politica	Madrid	Alianza	1988	3
Comportamiento del consumidor	Schiffman, Leon G.	Comportamiento del consumidor	Mexico	Pearson Educacion	2001	3
	Arellano, Rolando	Comportamiento del consumidor y marketing : aplicaciones practicas America Latina	Mexico	Harla	1993	
	Robbins, Stephen P.	Comportamiento organizacional	Mexico	Prentice-Hall	1999	9
Comportamineto humano en la organizacion	Brunet, Luc	El clima de trabajo en las organizaciones : diagnostico y consecuencias	Mexico	Trillas	1987	4
	Goleman, Daniel	La inteligencia emocional	Mexico	Javier Vergara	1995	1
	Krieger, Mario	Sociologia de las organizaciones : una introduccion al comportamiento organizacional	Buenos Aires	Pearson Educacion	2001	4
Comunicacion Organizacional	Davis, Keith	Comportamiento humano en el trabajo	Mexico	McGraw-Hill	c1999	5
	Goldhaber, Gerard M.	Comunicacion organizacional	Mexico	Diana	1984	5
		La comunicacion en las organizaciones	Mexico	Trillas	2002	5

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Comunicacion Visual	Swan, Alan	Bases del diseño grafico	Mexico	Gustavo Gili	1995	3
	Munari, Bruno	Diseño y comunicacion visual : contribucion a una metodologia didactica	España	Gustavo Gili	1985	13
	Wong, Wucius	Fundamentos del diseño	Barcelona	Gustavo Gili	1995	2
Costos para la toma de decisiones	Ramirez Padilla, David Noel	Contabilidad administrativa	Mexico	McGraw-Hill	2002	4
	Horngren, Charles T.	Contabilidad de costos : un enfoque gerencial	Mexico	Prentice-Hall	1996	2
	Rio Gonzalez, Cristobal del	Costos para administradores y dirigentes	Mexico	ECAFSA	1985	12
Desarrollo de los Medios en Mexico	Mejia Prieto, Jorge	Historia de la radio y television en mexico	Mexico	Editores Asociados	1972	
	Ferrer Rodriguez, Eulalio	Informacion y comunicacion	Mexico	FCE	1998	3
	Wolf, Mauro	Los efectos sociales de los media	Barcelona	Paidos	1994	5
Desarrollo de nuevos productos	Czinkota, Michael R.	Administracion de la mercadotecnia	Mexico	International Thomson	c2001	4
	Aguilar Alvarez de Alba, Alfonso	Elementos de mercadotecnia	Mexico	CECSA	1966	13
	Schnarch, Kirberg Alejandro	Nuevo producto, creatividad, innovacion y marketing	Santa Fe de Bogota	McGraw-Hill	1996	4
Desarrollo Organizacional		Analista organizacional : ¿ profesion o saber?	Buenos Aires	Macchi	1999	3
	Soto, Eduardo	Comportamiento organizacional : impacto de las emociones	Mexico	International Thomson	2001	6
	French, Wendell L.	Desarrollo organizacional : aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organizacion	Mexico	Prentice-Hall	1996	3
Diagnostico de la Imagen Corporativa	Tejada Palacios, Luis	Gestion de la imagen corporativa : creacion y transmision de la identidad de la empresa	Bogota	Norma	1987	
	Garbett, Thomas F.	Imagen corporativa : como crearla y proyectarla	Colombia	Legis	c1991	3
	Sobol, Marion Gross	Shaping the corporate image an analitycal guide for executive decision makers	Mexico	Quorum	1992	3
Diagnostico en relaciones publicas	Black, Sam	ABC de las relaciones publicas : todos los secretos y fundamentos de las relaciones...	Barcelona	Gestion 1999	1998	
	Fernandez Escalante, Fernando M.	Ciencia de la informacion y relaciones publicas : comunicaciones, teoria de la opinion publica	Argentina	Macchi	1993	8
	Dante Illescas, Washington	Como planear las relaciones publicas : conocimientos teorico-practicos para accionar en la politica social e institucional de las organizaciones	Buenos Aires	Macchi	2000	2
Diagnostico y Aplicacion de la Imagen	Thevenet, Maurice	Auditoria de la cultura empresarial	Madrid	Diaz de Santos	c1992	3
	Jennings, Marie	Como gerenciar la comunicacion corporativa : pautas para la accion	Colombia	Legis	c1991	
	Ind, Nicholas	La imagen corporativa: estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces	Madrid	Diaz de Santos	c1992	5
Direccion de Empresas	David, Fred R.	Conceptos de administracion estrategica	Mexico	Prentice-Hall	1997	3
	Ansoff, H. Igor	La direccion estrategica en la practica empresarial	Mexico	Addison-Wesley	1997	4
	Vargas de Gonzalez Carbonell, Gabriela	La imagen del exito	Mexico	McGraw-Hill	1998	4

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Direccion de television	Zettl, Herbert	Manual de produccion de television	Mexico	Internacional Thompson	2000	2
	Hersh, Carl	Produccion televisiva : el contexto latinoamericano	Mexico	Trillas : Florida International	1998	1
		Taller de escritura para television	Mexico	Gedisa	[1999]	1
Diseño de iluminacion para medios audiovisuales	Larg, Alex	Fotografia nocturna	Mexico	Somohano	1999	1
	Cervera Diaz Lombardo, Ethiel	Iluminacion : fotografia, cine y video	Mexico	Longman	1996	3
	Swainson, Graham	La iluminacion en video : principios basicos	España	Gedisa	1997	2
Diseño de impacto		Dibujo en ingenieria y comunicacion grafica	Mexico	McGraw-Hill	1999	9
	Vilchis, Luz del Carmen	Diseño : universo de conocimiento : investigacion de proyectos en la comunicacion grafica	Mexico	UNAM, Enap	1999	
	Arfuch, Leonor	Diseño y comunicacion : teorias y enfoques criticos	Argentina	Paidos	1997	4
Diseño Editorial	Pompa y Pompa, Antonio	*450 años de la imprenta tipografica en Mexico*	Mexico	Asociacion Nacional de Libreros	1988	
	John, Lynn	Como preparar diseños para la imprenta	Mexico	Gustavo Gili	1994	2
	Pipes, Alan	Production for graphic designer	London	Laurence King	1997	3
Distribucion		Canales de comercializacion	Madrid	Prentice-Hall	1999	6
	JOHNSON, JAMES	Contemporary logistics	New Jersey	Prentice-Hall	1999	4
		Distribucion comercial	Mexico	McGraw-Hill	1997	3
Estadistica para las Ciencias Sociales	Reza Becerril, Fernando	Ciencia, metodologia e investigacion	Mexico	Longman	1997	3
	Jhonson, Robert Russell	Estadistica Elemental : lo esencial	Mexico	International Thomson	1999	4
	Coolican, Hugh	Metodos de investigacion y estadistica en psicologia.	Mexico	El Manual Moderno	1997	4
Estetica y Apreciacion del Cine	Bordwell, David	El arte cinematografico : una introduccion	Barcelona	Paidos	1995	4
		Estetica del cine	Barcelona	Paidos	1996	5
		Historia general del cine	Madrid	Catedra	1995-1998	1
Estrategia de Medios	GORDOA, Victor	El poder de la imagen publica	Mexico	Edamex	1999	3
	Biagi, Shirley	Impacto de los medios : una introduccion a los medios masivos de comunicacion	Mexico	International Thomson	1999	2
		Los medios publicos de comunicacion en el marco de la reforma del Estado en Mexico	Mexico	Camara de Diputados, LVII Legislatura, Comision de Radio , Television y Cinematografia	2000	
etica Profesional en Ciencias de la Comunicacion	Mora Ledesma, Jose G. de la	Deontologia Laboral.	Mexico	Progreso	1986	
	Aristoteles	etica Nicomaquea	Mexico	Epoca	1999	1
	Gutierrez Saenz, Raul	Introduccion a la etica	Mexico	Esfinge	1999	9
Filosofia de la Comunicacion I	Foucault, Michel	Hermeneutica del sujeto	La Plata, Argentina	Altamira	1996	
	Habermas, Jürgen	Teoria de la accion comunicativa I y II	Mexico	Taurus	2001	3
	Apel, karl Otto	Teoria de la verdad y etica del discurso	Barcelona	Paidos	1991	3
ofia de la unicacion II	Nicol, Eduardo	La revolucion en la filosofia : critica de la razon simbolica	Mexico	FCE	1982	6
	Nicol, Eduardo	Metafisica de la expresion	Mexico	FCE	1974	6

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Filos Comu	Heidegger, Martin	Ontologia : hermeneutica de la facticidad	Madrid	Alianza	1999	3
Fundamentos de la Imagen Corporativa	Chaves, Norberto	La imagen corporativa : teoria y metodologia de la identificacion institucional	Mexico	Gustavo Gili	2001	3
	Riel, Cees B.M. van	Comunicacion corporativa	España	Prentice-Hall	1997	
	Garbett, Thomas F.	Imagen corporativa : como crearla y proyectarla	Colombia	Legis	c1991	3
Fundamentos de mercadotecnia	Lipson, Harry A.	Fundamentos de mercadotecnia : textos y casos	Mexico	Ciencia y Tecnica : Limusa	1986	1
	Kotler, Philip	Mercadotecnia	Mexico	Prentice-Hall	1999	
	Schoell, William F.	Mercadotecnia : conceptos y practicas modernas	Mexico	Prentice-Hall	c1991	4
Fundamentos de publicidad	Burnett, John J.	Promocion : conceptos y estrategias	Santa Fe de Bogota	McGraw-Hill	1996	5
	Arens F., William	Publicidad	Mexico	McGraw-Hill	2000	7
	O'Guinn, Thomas C.	Publicidad	Mexico	International Thomson	c1999	4
Fundamentos de ventas	Mercado H., Salvador	Administracion de ventas : como convertir las ventas en utilidades	Mexico	International Thomson	2002	4
	Chong Galindo, Jose Luis	Promocion de ventas	Mexico	Pearson Educacion	2000	4
	Lewison, Dale M.	Ventas al detalle	Mexico	Prentice-Hall	1999	1
Fundamentos del proceso contable	Guajardo Cantu, Gerardo	Contabilidad financiera	Mexico	McGraw-Hill	2002	1
	Lara Flores, Elias	Primer curso de contabilidad	Mexico	Trillas	2000	3
		Principios de contabilidad generalmente aceptados	Mexico	IMCP	2002	3
Generos Periodisticos	Martinez Albertos, Jose Luis	Curso general de redaccion periodistica : lenguaje, estilos y generos periodisticos en prensa, radio, television y cine	Madrid	Paraninfo	1993	
	Rodrigo Alsina, Miguel	La construccion de la noticia	Barcelona	Paidos	1989	3
	Leñero, Vicente	Manual de periodismo	Mexico	Grijalbo	1986	10
Gestion de la Imagen corporativa	Tejada Palacios, Luis	Gestion de la imagen corporativa : creacion y transmision de la identidad de la empresa	Bogota	Norma	1987	
	Garbett, Thomas F.	Imagen corporativa : como crearla y proyectarla	Colombia	Legis	c1991	3
	Sobol, Marion Gross	Shaping the corporate image an analitycal guide for executive decision makers	Mexico	Quorum	1992	3
Guion de Ficcion	Chion, Michel	Como se escribe un guion	España	Catedra	2000	3
	Linares, Marco Julio	El guion : elementos, formatos, estructuras	Mexico	Addison-Wesley	1994	3
	Maza Perez, Maximiliano	Guion para medios audiovisuales : cine, radio y television	Mexico	Longman	1994	5
Historia del Arte en Mexico		Historia de America Latina. Tomo I America Latina Colonial : La America precolombina y la conquista	España	Critica	1990	1
		Pintura mural prehispanica	Mexico	CONACULTA :UNAM : Jaca Book	1999	
	Fernandez, Justino	The history of art in Mexico	Mexico	Britanica	sa.	
Imagen Corporativa	Costa, Joan	Imagen global : evolucion del diseño de identidad	España	CEAC	1994	5
	Chaves, Norberto	La imagen corporativa : teoria y metodologia de la identificacion institucional	Mexico	Gustavo Gili	2001	3
		Manual de imagen corporativa	Mexico	Gustavo Gili	1991	3

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Informatica Aplicada a las Ciencias de la Comunicac	McClelland, Deke	La biblia de Photoshop 6	Madrid	Anaya Multimedia	2001	1
	McClelland, Deke	La biblia de Photoshop 6	Madrid	Anaya Multimedia	2001	1
		Manual de usuario. Animator				
Informatica Avanzada en Ciencias de la Comunicacion	Hernandez, Claudio	Guia practica para usuarios: flash 5	España	Anaya Multimedia	2001	1
	Tauber, Daniel A.	La biblia de FrontPage 2000	Madrid	Anaya Multimedia	1999	1
	Fernandez-Coca, Antonio	Produccion y diseño grafico para la world wide web	Barcelona	Paidos	1998	3
Introduccion a la comunicacion visual	Torre y Rizo, Guillermo de la	El lenguaje de los simbolos graficos . Introduccion de la comunicacion visual	Mexico	Limusa	1992	1
	Muller-Brockmann, Josef	Historia de la comunicacion visual	Mexico	Gustavo Gili	2001	4
	Gauthier, Guy	Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido	España	Catedra	1996	6
Introduccion al Lenguaje Audiovisual	Maza Perez, Maximiliano	Guion para medios audiovisuales : cine, radio y television	Mexico	Longman	1994	5
	Dondis, Donis A.	La sintaxis de la imagen : introduccion al alfabeto visual	Mexico	Gustavo Gili	1992	4
	Garcia Sanchez, Jose	Lenguaje audiovisual	Mexico	Longman : Alhambra	1987	4
Introduccion al Periodismo	Guajardo Elizondo, Horacio	Fundamentos de periodismo	Mexico	Gernika	1982	
	Rio Reynaga, Julio del	Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanaza de la comunicacion	Mexico	UNAM, Facultad de Ciencias Politicas y Sociales	1993	1
	Gomis, Lorenzo	Teoria del periodismo : como se forma el presente	Mexico	Paidos	1991	3
Investigacion de la Comunicacion I		Campo academico de la comunicacion : hacia una reconstruccion reflexiva	Mexico	CONACULTA, Direccion Gral. De Culturas Populares : ITESO	1995	4
	Cañedo, Luis	La ciencia en mexico	Mexico	FCE	1976	
	Lozano Rendon, Jose Carlos	Teoria e investigacion de la comunicacion de masas	Mexico	Alhambra	1996	6
Investigacion de la Comunicacion II	Bosque, Teresa	Investigacion elemental	Mexico	Trillas : ANUIES	1990	4
		Tecnicas de investigacion aplicadas a las ciencias sociales	Mexico	El Colegio de Mexico : FCE	1979	4
		Tecnicas de investigacion en sociedad, cultura y comunicacion	Mexico	Pearson Educacion	1998	3
Investigacion de la Opinion Publica	Noelle-Neumann, Elisabeth	El espiral del silencio : opinion publica : nuestra piel social	España	Paidos	1995	3
	Habermas, Jürgen	Historia y critica de la opinion publica	Mexico	Gustavo Gili	1999	3
	Price, Vincent	La opinion publica: esfera publica y comunicacion	Barcelona	Paidos	1994	3
Investigacion de mercados I	Benassini, Marcela	Introduccion a la investigacion de mercados : un enfoque para America Latina	Mexico	Pearson Educacion	2001	7
	McDaniel, Carl D.	Investigacion de mercados contemporanea	Mexico	International Thomson	1999	9
	Lehmann, Donald R.	Investigacion y analisis de mercado	Mexico	CECSA	c1993	7
Investigacion de mercados II	Davis, Duane	Investigacion en administracion para la toma de decisiones	Mexico	International Thomson	2001	2
	Lehmann, Donald R.	Investigacion y analisis de mercado	Mexico	CECSA	c1993	7
	Marshall, Kimball P.	Sistemas de informacion de mercadotecnia	Mexico	International Thomson	1999	3
publicidad	Resendiz Picasso, Juan	El poder de la publicidad : manual practico	Mexico	Asesores en Mercadotecnia y Comunicacion	1996	3

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Laboratorio de integr	O'Guinn, Thomas C.	Publicidad	Mexico	International Thomson	c1999	4
	Caples, John	Publicidad creativa	Mexico	Prentice-Hall	1998	
Las Organizaciones y sus Publicos	Fernandez Escalante, Fernando M.	Ciencia de la informacion y relaciones publicas : comunicaciones, teoria de la opinion publica	Argentina	Macchi	1993	8
	Baskin, Otis	Public relations : the profession and the practice	Mexico	Mcgraw-Hill	1997	3
	Rios Szalay, Jorge	Relaciones publicas : su administracion en las organizaciones	Mexico	Trillas	1990	7
Literatura Contemporanea		Historia de la lectura en el mundo occidental	Madrid	Santillana : Taurus	2001	3
		Historia de la lectura en el mundo occidental	Madrid	Santillana : Taurus	2001	3
	Oviedo, Jose Miguel	Historia de la literatura hispanoamericana	Madrid	Alianza	1995-2001	3
Mercadotecnia	Czinkota, Michael R.	Administracion de la mercadotecnia	Mexico	International Thomson	c2001	4
	Stanton, William J.	Fundamentos del marketing	Mexico	McGraw-Hill	2000	6
	Zikmund, William G.	Marketing : crear y mantener clientes en un mundo de comercio-e	Mexico	International Thomson	2002	6
Mercadotecnia integral	Aguilar alvarez de Alba, Alfonso	Elementos de mercadotecnia	Mexico	CECSA	1996	13
	Zikmund, William G.	Mercadotecnia	Mexico	CECSA	1993	8
	Fischer de la Vega, Laura	Mercadotecnia	Mexico	McGraw-Hill	1993	13
Mercadotecnia Internacional	Cateora, Philip R.	International marketing	New York	McGraw Hill	2002	6
	Keegan, Warren J.	Marketing global	Madrid : Mexico	Prentice-Hall	1997	3
	Czinkota, Michael R.	Marketing internacional	Mexico	McGraw-Hill	1996	1
Mercadotecnia social y de servicios	Frye, Robert W.	Estrategias basicas de mercadotecnia : mercadotecnia social, venta al detalle, mercadotecnia internacional, supermercados, consumismo, desarrollo de nuevos productos, habitos de compra	Mexico	Trillas	1982	1
	Kloter, Philip	Mercadotecnia social : estrategias para cambiar el comportamiento del publico	Mexico	Diana	1992	
	Naghi Namakforoosh, Mohammad	Mercadotecnia social : teoria y aplicacion	Mexico	Limusa	1985	3
Metodologia de la Investigacion en Ciencias Sociales	PEReZ Lopez, Cesar	Analisis estadistico con Statgraphics	Mexico	Alfaomega	1997	4
	Ontoria, Antonio	Mapas conceptuales: una tecnica para aprender	Madrid	Narcea	2001	1
	HERNaNDEZ Sampieri, Roberto,	Metodologia de la investigacion	Mexico	McGraw-Hill	1998	8
Movimientos Culturales del Siglo XX	Garcia Canclini, Nestor	Culturas Hibridas : estrategias para entrar y salir de la modernidad	Mexico	Grijalbo	1990	3
		El Nuevo Teatro	Mexico	El Milagro : Conaculta	1997	4
	Goldmann, Lucien	La creacion cultural en la sociedad moderna	Mexico	Fontamara	1992	3
zacion abierta	Hellriegel, Slocum	Comportamiento organizacional	Mexico	International Thomson	1999	7
	Robbins, Stephen P.	Comportamiento organizacional	Mexico	Prentice-Hall	1999	9

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	EJ.
Organ	Daft, Richar L.	Teoria y diseño organizacional	Mexico	International Thomson	2000	1
Planeacion de contenidos	Buonanno, Milly	El drama televisivo : identidad y contenidos sociales	Barcelona	Gedisa	1999	1
	Cebrian Herreros, Mariano	Informacion televisiva : mediaciones, contenidos, expresion y programacion	Madrid	Sintesis	1998	
	Chavez, Chavez, Esteban	Manual de planeacion de medios de comunicacion a bajo costo	Mexico	Instituto Latinoamercicano de la Comunicacion Educativa	1999	1
Planeacion de la Comunicacion		El poder de la comunicacion en las organizaciones	Mexico	AMCO : UIA : Plaza y Valdez	1998	4
	Koontz, Harold	Introduccion a la administracion moderna	Mexico	Interamericana	1983	
	Sobel, Milo	Programa MBA para el administrador de hoy : las tecnicas y conceptos mas importantes al instante	Mexico	Prentice-Hall	1997	
Politica Economica	Schettino, Macario	Economia contemporanea : un enfoque para Mexico y America Latina	Mexico	Iberoamerica	1994	4
	Ayala Espino, Jose	Economia publica : una guia para entender al estado : diccionario y guia de estudio	Mexico	UNAM, Facultad de Economia	1997	
	Fernandez Diaz, Andres	Politica economica	Madrid : Mexico	McGraw-Hill	1999	2
Presentacion de Proyectos	Pereña Brand, Jaime	Direccion y gestion de proyectos	Madrid	Diaz de Santos	c1991	3
	Sapag Chain, Nassir	Preparacion y evaluacion de proyectos	Santiago de Chile	McGraw-Hill	2000	7
	Wilcox, Dennis L.	Public relations : strategies and tactics	Mexico	Addison-Wesley	1998	
Principios de Administracion y Contabilidad	Hampton, David R.	Administracion contemporanea.	Mexico	McGraw-Hill	1987	2
	Paz Zavala, Enrique.	Introduccion a la contaduria : fundamentos	Mexico	ECAFSA : International Thomson	1988	5
		Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.	Mexico	IMCP	2002	3
Produccion grafica y costos	Turnbull, Arthur T.	Comunicacion grafica : tipografia, diagramacion, diseño, produccion	Mexico	Trillas	1990	6
	Sanders, Norman	Manual de produccion del diseñador grafico	Mexico	Gustavo Gili	1992	1
	Fernandez-Coca, Antonio	Produccion y diseño grafico para la World Wide Web	Barcelona	Paidos	1998	3
Programas de Relaciones Publicas		Las relaciones publicas en el siglo XXI	Mexico	Edamex	2001	4
		Relaciones publicas : estrategias y tacticas	Madrid	Pearson Educacion	2001	5
	Austin, Claire	Relaciones publicas eficaces : en una semana	Mexico	Panorama	1998	6
Psicologia de la Comunicacion	Miller, George Armitage	Psicologia de la comunicacion	Barcelona	Paidos	1980	
	Mucchielli, Alex	Psicologia de la comunicacion	Barcelona	Paidos	1998	4
		Ways of communicating	Cambridge	Cambridge University	1990	3
Psicologia del cambio social	Morales, Francisco	Psicologia social	Buenos Aires	Pearson Educacion	2002	6
		Psicologia social aplicada	Madrid	McGraw-Hill	1996	4
	Sanchez Vidal, Alipio	Psicologia social aplicada : teoria, metodo y practica	Madrid	Prentice Hall	2002	5
a del Mexicano	Bejar Navarro, Raul	El mexicano : aspectos culturales y psico-sociales	Mexico	UNAM, Coordinacion de humanidades	1994	3
	Diaz-Guerrero, Rogelio	Psicologia del mexicano : descubrimiento de la etnopsicologia	Mexico	Trillas	1994	3

Investigación en la Comunicación I	Cañedo, Luis	La ciencia en mexico	Mexico	FCE	1976

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	EJ.
Psicologia	Fromm, Erich	Sociopsicoanalisis del campesino mexicano : estudio de la economia y la psicologia de una comunidad rural	Mexico	FCE	1973	3
Psicologia politica	Duo, Alberto	Ciencia y poder		Universidad Pontificia Grafica Nueva	1987	
	Castells, Manuel	Movimientos sociales urbanos	Mexico	Siglo XXI	1974	9
	Myers, David G.	Psicologia social	Santa Fe de Bogota	McGraw-Hill	2000	4
Psicologia social de las organizaciones	Robbins, Stephen P.	Comportamiento organizacional	Mexico	Prentice-Hall	1999	9
	Gonzalez, Martin	Comportamiento organizacional : un enfoque latinoamericano	Mexico	CECSA	1999	5
	French, Wendell L.	Desarrollo organizacional : aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organizacion	Mexico	Prentice-Hall	1996	3
Publicidad integral	Baena Paz, Guillermina	Credibilidad politica y marketing mix	Mexico	McGraw-Hill	c1998	3
	Ferrer Rodriguez, Eulalio	La publicidad : textos y conceptos	Mexico	Trillas	1990	5
	O'Guinn, Thomas C.	Publicidad	Mexico	International Thomson	c1999	4
Relaciones Publicas Aplicadas		Las relaciones publicas en el siglo XXI	Mexico	Edamex	2001	4
	Barquero Cabrero, Jose Daniel	Manual de relaciones publicas empresariales	España	Gestion 2000	1994	
		Relaciones publicas : estrategias y tacticas	Madrid	Pearson Educacion	2001	5
Relaciones Publicas Internacionales	Black, Sam	Casos de relaciones publicas internacionales	España	Gestion 2000	1994	
	Mercado H., Salvador	Relaciones publicas : como convertir en utilidades la imagen corporativa de la empresa	Mexico	Pac	1995	1
		Relaciones publicas : estrategias y tacticas	Madrid	Pearson Educacion	2001	5
Relaciones Publicas y Alta Direccion	Mitroff, Ian I.	Como gestionar una crisis : guia para mejorar la preparacion frente a una crisis	Barcelona	Gestion 2000	1997	4
	Soler Pujals, Pere	Estrategia de comunicacion en publicidad y relaciones publicas	Barcelona	Gestion 2000	1997	4
		Relaciones publicas : estrategias y tacticas	Madrid	Pearson Educacion	2001	5
Seminario de mercadotecnia internacional	Haar, Jerry	Como exportar a Estados Unidos : guia gerencial para realizar operaciones productivas	Mexico	Limusa	1994	9
	Kotler, Philip	Direccion de marketing	Mexico	Pearson Educacion	2001	9
	Terpstra, Vern	Introduccion a la mercadotecnia internacional	Mexico	International Thomson	2000	5
Seminario de relaciones publicas	Black, Sam	ABC de las relaciones publicas : todos los secretos y fundamentos de las relaciones...	Barcelona	Gestion 2000	1999	
	Scheinsonhn, Daniel A.	Comunicacion estrategica : management y fundamentos de imagen corporativa	Argentina	Macchi	1993	3
	Scheinsohn, Daniel A.	Mas alla de la imagen corporativa : como crear valor a treves de la comunicacion estrategica	Argentina	Macchi	1997	6
ia y Comunicacion	Saussure, Ferdinand de	Curso de lingüistica general	Mexico	Akal	2000	8
		Lenguaje y sociedad: metodologias y analisis aplicados al habla de Monterrey	Mexico	Trillas	1996	1

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Semiologi	Miguel, Elena de	Sobre el lenguaje: miradas plurales y singulares	Madrid	Universidad Autonoma de Madrid : Arrecife	1998	
Semiotica de la Imagen	Fabbri, Paolo	El giro semiotico	Barcelona	Gedisa	1999	3
	Guiraud, Pierre	La semiologia	Mexico	Siglo XXI	1972	9
	Dondis, Donis A.	La sintaxis de la imagen: introduccion al alfabeto visual	Mexico	Gustavo Gili	2002	4
Sociologia de la Comunicacion	Martin-Barbero, Jesus	De los medios a las mediaciones : comunicacion, cultura y hegemonia	Mexico	Gustavo Gili	1987	8
	Bettetini, Gianfranco	Las nuevas tecnologias de la comunicacion	España	Paidos	1995	3
	Wolf, Mauro	Los efectos sociales de los media	España	Paidos	1994	5
Taller de Campañas de Imagen	Gordoa, Victor	El poder de la imagen publica	Mexico	Edamex	1999	3
	Chaves, Norberto	La imagen corporativa : teoria y metodologia de la identificacion institucional	Mexico	Gustavo Gili	2001	3
	Ind, Nicholas	La imagen corporativa: estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces	Madrid	Diaz de Santos	c1992	5
Taller de Expresion Oral	McEntee de Madero, Eileen	Comunicacion intercultural : bases para la comunicacion efectiva en el mundo actual	Mexico	McGraw-Hill	1998	4
	McEntee de Madero, Eileen	Comunicacion oral para el liderazgo en el mundo moderno	Mexico	McGraw-Hill	1996	3
	Maldonado William, Hector	Manual de comunicacion oral	Mexico	Longman : Addison Wesley	1996	1
Taller de Fotografia	Daye, David	Better picture guide to photographing nudes	Switzerland	Rotovision	2001	2
	Dubois, Philippe	El acto fotografico : de la representacion a la recepcion	Barcelona	Paidos	1994	6
	Hedgecoe, John	El nuevo libro de la fotografia	España	Blume	1995	2
Taller de fotografia periodistica	Dubois, Philippe	El acto fotografico : de la representacion a la recepcion	Barcelona	Paidos	1994	6
	Keenen, Martin	Practica de la fotografia de prensa : una guia para profesionales	Barcelona	Paidos	1995	1
	Vilches, Lorenzo	Teoria de la imagen periodistica	Mexico	Paidos	1997	1
Taller de Fotografia Profesional		Black book photography 2002	New York	Back Book	2001	
	Hilton, Jonathan	El retrato fotografico	Mexico : Buenos Aires	Somohano : Documenta	1977	
	Fontcuberta, Joan	Fotografia : conceptos y procedimientos, una propuesta metodologica	Mexico	Gustavo Gili	1994	3
Taller de Medios Audiovisuales	Linares, Marco Julio	El guion : elementos, formatos, estructuras	Mexico	Addison-Wesley : Alhambra	1994	3
	Maza Perez, Maximiliano	Guion para medios audiovisuales : cine, radio y television	Mexico	Longman	1994	5
	Hilliard, Robert L.	Guionismo para radio, television y nuevos medios	Mexico	International Thomson	2000	1
Taller de periodismo de radio y television	Figueroa Bermudez, Romeo	¡Que onda con la radio!	Mexico	Logman : Alhambra	1996	4
	Gross, Lynne Schafer	Manual de produccion radiofonica : estudio y equipo	Mexico	Addison-Wesley	1997	2
	Gonzalez Treviño, Jorge Enrique	Television y comunicacion : un enfoque teorico-practico	Mexico	Alhambra	1994	8
Taller de Periodismo Generos de Opinion	Baena Paz, Guillermina	El discurso periodistico : los generos periodisticos hacia el nuevo milenio	Mexico	Trillas	1999	3
	Baena Paz, Guillermina Maria Eugenia	Generos periodisticos informativos	Mexico	Pax-Mexico	1990	3
	Leñero, Vicente *	Manual de periodismo	Mexico	Grijalbo	1986	10

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Taller de Periodismo Generos Informativos	Gonzalez Longoria, Silvia Lidia	El ejercicio del periodismo	Mexico	Trillas	c1997	3
	Benavides Ledesma, Jose Luis	Escribir en prensa : redaccion informativa e interpretativa	Mexico	Longman : Alhambra	1997	3
	Gomis, Lorenzo	Teoria del periodismo: como se forma el presente	Barcelona	Paidos	1991	3
Taller de postproduccion en radio	Figueroa Bermudez, Romeo	¡Que onda con la radio!	Mexico	Logman : Alhambra	1996	4
	Gross, Lynne Schafer	Manual de produccion radiofonica : estudio y equipo	Mexico	Alhambra	1997	2
	Hausman, Carl	Produccion en la radio moderna	Mexico	International Thomson	2001	4
Taller de postproduccion en television	Comparato, Doc	Como escribir el guion para cine y television	Mexico	Planeta	2000	
	Maza Perez, Maximiliano	Guion para medios audiovisuales : cine, radio y television	Mexico	Longman	1994	5
	Gonzalez Treviño, Jorge Enrique	Television y comunicacion : un enfoque teorico-practico	Mexico	Alhambra	1994	8
Taller de produccion editorial	Escalante, Beatriz	Curso de redaccion para escritores y periodistas : teoria y ejercicios	Mexico	Porrua	1998	3
	Grijelmo, Alex	El estilo del periodista	Madrid	Santillana	2001	3
	Dido, Juan Carlos	Taller de periodismo: 150 actividades, propuestas didacticas para EGB 3 y polimodal	Buenos Aires	Novedades Educativas	1996	3
Taller de Radio	Balsebre, Armand	El lenguaje radiofonico	Madrid	Catedra	2000	
	Romo Gil, Maria Cristina *	Introduccion al conocimiento y practica de la radio	Mexico	Diana	1987	5
	Perez Hernandez, Mario Alberto	Practicas radiofonicas : manual del productor	Mexico	Porrua	1998	2
Taller de radio educativa	Gascon Baquero, Maria Carmen	La radio en la educacion no formal	España	CEAC	1991	3
	Gross, Lynne Schafer	Manual de produccion radiofonica : estudio y equipo	Mexico	Alhambra	1997	2
	Peppino Barale, Ana Maria	Radiodifusion educativa	Mexico	UAM, Unidad Azcapotzalco : Gernika	1991	
Taller de Redaccion	Serafini, Maria Teresa	Como redactar un tema : didactica de la escritura	Mexico	Paidos	1991	6
	Martin Vivaldi, Gonzalo	Curso de redaccion : teoria y practica de la composicion y del estilo	Madrid	Paraninfo	2000	3
	Escalante, Beatriz	Curso de redaccion para escritores y periodistas : teoria y ejercicios	Mexico	Porrua	1998	3
Taller de Television	Quijada Soto, Miguel angel	La television: analisis y practica de la produccion de programas	Mexico	Trillas	1986	6
	Zettl, Herbert	Manual de produccion de television	Mexico	International Thomson	2000	2
	Gonzalez Treviño, Jorge Enrique	Television y comunicacion : un enfoque teorico-practico	Mexico	Alhambra	1994	8
Taller de Television Educativa	Hillard, Robert L.	Guionismo para radio, television y nuevos medios	Mexico	International Thomson	2000	1
	Zettl, Herbert	Manual de produccion de television	Mexico	International Thomson	2000	2
	Gonzalez Treviño, Jorge Enrique	Television y comunicacion : un enfoque teorico-practico	Mexico	Alhambra	1994	8
Taller de video	Maza Perez, Maximiliano	Guion para medios audiovisuales : cine, radio y television	Mexico	Longman	1994	5
	Tostado Span, Veronica	Manual de produccion de video : un enfoque integral	Mexico	Addison-Wesley	c1995	2
	Dancyger, Ken	Tecnicas de edicion en cine y video	Mexico	Gedisa	1999	1

MATERIA	AUTOR	TITULO	PAIS	EDITORIAL	AÑO	Ej.
Tecnologia educativa	Duart, Josep M. y Albert Sangra (Comps.)	Aprender en la virtualidad	Barcelona	Gedisa	2000	1
		Educacion tecnologica : reflexiones, resolucion de problemas, introduccion a la informatica	Buenos Aires	Novedades Educativas	2001	3
		Revista No. 29 Tecnologia y Comunicacion Educativa	Mexico	ILCE	1999	
Teoria de los medios en educacion	Prieto, Francisco	Comunicacion y educacion	Mexico	Coyoacan	1996	6
	Gutierrez Martin, Alfonso	Educacion, multimedia y nuevas tecnologias	Madrid	Ediciones de la Torre	1997	1
	Rodriguez Dieguez, Jose Luis	El comic y su utilizacion didactica : los tebeos en la enseñanza	Mexico	Gustavo Gili	1998	3
Teorias de la Comunicacion	Wolf, Mauro	La investigacion de la comunicacion de masas	Mexico	Paidos	1991	9
	Krippendorff, Klaus	Metodologia de analisis de contenido : teoria y practica	España	Paidos	1990	3
	Moragas Spa, Miguel de	Teorias de la comunicacion	Mexico	Gustavo Gili	1993	10

BIBLIOGRAFIA	TITULOS
REQUERIDA	309
REAL	268
PORCENTAJE	87%

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

SECRETARÍA

GRADO DE DOCTOR

Sección de .....

Curso de 2001 a 2002

Número .....

D. Arturo GONZÁLEZ LÓPEZ

ha satisfecho los derechos reglamentarios, y, en virtud de lo que resulta de su expediente académico, el Ilmo. Sr. Decano le ha admitido a los ejercicios del mencionado grado, pudiendo con esta papeleta, y previa petición, presentarse ante tribunal correspondiente.

La idenficación personal se verificará por el medio que el Tribunal estime procedente.

Madrid, 27 de Junio de 2002

El Secretario de la Facultad,

Verificado el ejercicio, ha obtenido la calificación de

SOBRESALIENTE CON LAUDE

Madrid, 27 de Junio de 19 xx 2002

El Secretario del Tribunal,

Al repetir el ejercicio fue calificado de

Madrid, ... de ..... de 19 .....

El Secretario del Tribunal

CAMPUS QUERETARO

Santiago de Querétaro, Qro., a marzo 11, 2003

A QUIEN CORRESPONDA:

Por este conducto, me permito hacer de su conocimiento que el **Lic. Arturo González López,** labora en esta Institución desde el 23 de enero del presente año a la fecha, actualmente funge como Académico de Carrera de Tiempo Completo, con la comisión de Coordinador del Programa de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

Sin más por el momento quedo a sus apreciables órdenes.

ATENTAMENTE

"Por siempre responsable de lo que se ha cultivado"

C.P. Ana Luisa Capilla Gutiérrez
Directora de Factor Humano

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO

Campus Querétaro
Coordinación Académica de Titulación

Santiago de Querétaro, Qro., a 1 de agosto de 2002.

Lic. Benjamín Islas de León.
Presente.

Comunicamos a usted, que a partir de esta fecha ha sido nombrado Asesor de Tesis para la carrera de Ciencias de la Comunicación, lo cual implica que usted podrá desempeñar todas las tareas relacionadas con la asesoría teórico-metodológica que la elaboración de un trabajo de investigación de calidad requiere.

Agradecemos de antemano su apoyo en la conducción de esta valiosa misión, para beneficio de nuestros egresados y de la Institución.

Sin más por el momento, le enviamos un cordial saludo.

Atentamente

Lic. Gabriela Ahumada Gastélum
Directora del DEAS y P

Lic. Patricia García Riestra
Coord. Académica de Titulación

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO

Campus Querétaro
Coordinación Académica de Titulación

Santiago de Querétaro, Qro., a 1 de agosto de 2002.

Lic. Israel Pérez Valencia.
Presente.

Comunicamos a usted, que a partir de esta fecha ha sido nombrado Asesor de Tesis para la carrera de Ciencias de la Comunicación, lo cual implica que usted podrá desempeñar todas las tareas relacionadas con la asesoría teórico-metodológica que la elaboración de un trabajo de investigación de calidad requiere.

Agradecemos de antemano su apoyo en la conducción de esta valiosa misión, para beneficio de nuestros egresados y de la Institución.

Sin más por el momento, le enviamos un cordial saludo.

Atentamente

Lic. Gabriela Ahumada Gastélum
Directora del DEAS y P

Lic. Patricia García Riestra
Coord. Académica de Titulación

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO

Campus Querétaro
Coordinación Académica de Titulación

Santiago de Querétaro, Qro., a 1 de agosto de 2002.

Mtra. Irma Villaseñor Suárez
Presente.

Comunicamos a usted, que a partir de esta fecha ha sido nombrado Asesor de Tesis para la carrera de Ciencias de la Comunicación, lo cual implica que usted podrá desempeñar todas las tareas relacionadas con la asesoría teórico-metodológica que la elaboración de un trabajo de investigación de calidad requiere.

Agradecemos de antemano su apoyo en la conducción de esta valiosa misión, para beneficio de nuestros egresados y de la Institución.

Sin más por el momento, le enviamos un cordial saludo.

Atentamente

Lic. Gabriela Anumada Gastélum
Directora del DEAS y P

Lic. Patricia García Riestra
Coord. Académica de Titulación

Aplicaciones de las Nuevas Tecnologías para la enseñanza de las Ciencias de la Comunicación

Dirige: Dr. Arturo González López

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La llegada de nuevos medios interactivos en la sociedad están dado pauta para una nueva forma de enseñanza virtual. Las nuevas tecnologías de la información están contribuyendo para el desarrollo de nuevas disciplinas educativas

El nacimiento de Multimedia ha sido el principal elemento en la creación de nuevas formas educativas. Multimedia no es un medio o una herramienta sólo para informar, sino que es un medio para comunicar y por consiguiente, la comunicación es bidireccional. En Ciencias de la comunicación, la importancia de las nuevas tecnologías ha tomado una importancia relevante. Los nuevos estudiantes de Ciencias de la Comunicación pertenecen a una generación integrada a la tecnología y la utilización de estas herramientas para su enseñanza puede ser factible e indispensable.

Internet está de moda, sin embargo hay que conocer las auténticas posibilidades que este medio proporciona. Conocer el uso educativo que se le da a este medio y qué factores juegan el chat y el correo electrónico.

La televisión Interactiva, es un canal por dónde se realiza una comunicación activa, tanto en tiempo real como a corto, mediano y largo tiempo entre emisor y receptor, convirtiendo al receptor en emisor y al emisor en recetor cumpliendo así el ciclo de comunicación.

La evaluación de los medios, evaluando sus programas y el uso que se hace de ellos dentro de las Ciencias de la Comunicación marcarán un camino factible sobre su propia enseñanza.

OBJETIVO

Comprobar el uso de las nuevas tecnologías en la enseñanza de las Ciencias de la Comunicación y en la construcción de materiales diseñados en el entorno de la formación con el soporte de la tecnología.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La investigación está estructurada para una mayor comprensión dentro del territorio mexicano, enfocándonos específicamente dentro de la enseñanza de las Ciencias de la Comunicación, comprobando y analizando su situación dentro de las nuevas tecnologías.

LA PRÁCTICA DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN ANTE LA LEY DE ACCESO A LA INFORMACIÓN GUBERNAMENTAL EN LAS ESTRUCTURAS DEMOCRÁTICAS

Dirige: Lic. Elena Soria Paniagua

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es indiscutible que las nuevas formas de hacer política en el año 2000 se estrenaron como resultado de la alternancia en el poder en México, este nuevo panorama propicio que los organismos no gubernamentales existentes recobraran una importancia significativa y por ende, que empezarán a integrarse con mayor facilidad curiosamente como un intento de recuperar la confianza de la ciudadanía hacia la política.

Este tema ha orillado a más de uno a llevar a cabo un análisis acerca del porqué hay tanto descrédito en el ejercicio del poder público en el país y en lo particular esta reflexión hizo que nuestra atención se enfocara en la práctica que los medios de difusión se han establecido así mismos como el objetivo fundamental de la comunicación de masas.

En los años noventas, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales y sociedad civil buscaron la manera de delimitar el espacio de los medios de difusión pero a la fecha por diversas circunstancias no han podido tener claro hasta dónde llega la libertad de expresión y la libertad de prensa, si bien es cierto que son garantías individuales que consagra la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y que en 1992 ambas fueron reforzadas en la Ley de Derechos Humanos, es también una realidad que toda acción del ser humano tiene límites y que éste es la libertad con la que cuentan los demás y la responsabilidad que un individuo debe tener de sus actos y las consecuencias que los mismos le puedan acarrear.

Los gobiernos que han emanado de la transición democrática en la que se han ocupado éstos últimos años las naciones del mundo, respecto a la manera en que han buscado incorporar la participación de la ciudadanía a los asuntos públicos y para ello consideran de vital importancia que ésta se encuentre bien informada de lo que hace y dispone la autoridad para que el juicio que emita de la misma esté basada más en hechos reales y no en meros rumores sin fundamentos que sólo atentan contra el justo reconocimiento de lo que hacen o dejan de hacer las políticas públicas que implementan los gobernantes.

OBJETIVO

Conocer la función de los medios de difusión ante lo realizado por los gobiernos para que la sociedad ejerza plenamente su derecho a saber.

JUSTIFICACIÓN

En América del Norte se encuentra vigente la Ley Federal de Libertad de Información (FOIA) a través de la cual el ciudadano tiene posibilidad de indagar la forma de administrar los recursos públicos y la manera en que se toman las decisiones de carácter político y en América Latina Argentina, Colombia, Costa Rica, Chile, Perú y Venezuela hacia finales del siglo XX han

emprendido las acciones necesarias para llevar a cabo una aplicación de políticas para hacer pública la información que se genera en el gobierno.

México no es la excepción a pesar de que hasta hace poco menos de ocho años los estados de Morelos, Distrito Federal, Coahuila, Sinaloa y muy recientemente el Poder Ejecutivo a nivel nacional implementaron una Ley de Información Pública con la finalidad de reforzar el desarrollo social sostenido.

A este último grupo el año pasado más concretamente el 27 de septiembre del 2002 se incorporó el estado de Querétaro con la publicación de la Ley Estatal de Acceso a la Información Gubernamental en el periódico oficial La Sombra de Artega Número 44 Tomo CXXXV cuyo propósito se establece que es el de "fortalecer la relación de la cultura con el desarrollo y la organización política" (2001).

Nuestra intención es conocer quiénes son los encargados de hacer que se cumpla la ley, cuáles son las experiencias que han tenido con la aplicación de la misma y cómo han impactado en la visión ciudadana que se tiene del ejercicio del poder público; cuáles son los alcances de la ley y que límites importantes se les observan y por último, cómo han sido interpretadas y asumidas por los instrumentos esenciales con los que el gobierno supone que cuenta para hacer pública la información: LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Como lo muestra el punto anterior, la investigación está estructurada para el mejor entendimiento del caso de México y en concreto el Estado de Querétaro de forma descendiente tomando como punto de partida el Continente Americano seguido de los estados de la federación Mexicana que cuentan con la ley en mención y por último, la entidad queretana.

HIPÓTESIS

La ley y los encargados de aplicar la ley han generado una cultura de acceso a la información en la sociedad en general entendiéndose por ello, instituciones educativas, organismos empresariales, organizaciones no gubernamentales y sociedad civil y una cultura de informar en los medios de difusión que los ha llevado a ejercer su profesión con ética y con un nivel de profesionalismo medible.

SINOPSIS
Libro: Nuevas formas de Publicidad en la Televisión Interactiva.

La Televisión Interactiva: Un nuevo medio de comunicación personal.

La Televisión Interactiva, es un canal por dónde se realiza una comunicación activa en tiempo real, entre emisor y receptor, convirtiendo al receptor en emisor y al emisor en receptor, cumpliendo así el ciclo de comunicación.

Este medio está dando los primeros pasos, después de casi 20 años de investigaciones y pruebas pilotos. En Europa, se ha podido comprobar la evolución del medio, no sólo como medio de información, sino como un medio de comunicación activo y real.

La Televisión Interactiva está dando grandes oportunidades en el sector de la información y la publicidad no podía quedar atrás. Se han creado nuevas formas de llegar al consumidor provocando una compra directa e inmediata.

Es importante conocer las ventajas y las desventajas que este medio nos proporciona. El futuro comunicador tiene una nueva herramienta en sus manos. Estamos ante una nueva forma de hacer y ver la Televisión y por tanto una nueva forma de hacer y ver publicidad.

He tratado de recopilar toda la información arrojada de este tema en estos últimos años en un libro, que más que una simple lectura complementaria o una investigación, tiene el objetivo principal para que los publicitarios (o publicistas) conozcan, hagan y se arriesguen a hacer nuevas formas publicitarias.

Podríamos decir que la TVi es un concepto novedoso. En México está dando sus primeros pasos. SKY está introduciendo los conceptos y servicios de TVi. Realmente es un tema nuevo en México y podríamos decir que aún no existe publicidad Interactiva en la televisión.

La Televisión Interactiva como tal, ya está en México, sólo que no ha habido una explotación del medio ni la información suficiente para que el usuario interactúe. Pero esto, como cualquier innovación tecnológica, se introducirá en el mercado en un instante.

Considero que el libro se dirige sobretodo a Publicitarios, Productores de Televisión , así cómo Investigadores y Estudiantes de Comunicación y Publicidad. Es un manual para la realización de nuevas formas de publicidad en la Televisión y en Internet.

Sabemos que el sector publicitario es, para muchos ojos, vanguardista, pero también le teme al cambio. La Televisión Interactiva está llegando a nuestro país, sólo falta que el sector publicitario esté preparado para su desarrollo y este libro le servirá tanto para conocer el medio como para analizar y desarrollar nuevas formas de publicidad.

En las Universidades, estamos hablado sobre Nuevas Tecnologías de la Información y lógicamente se habla sobre la Televisión Interactiva. A los chicos les parece un tema interesante y desean saber todo lo que pueden hacer con la TVi. Probablemente en un inicio,

el texto no encaje directamente en los programas de estudio, sin embargo sirve como complemento en materias de desarrollo publicitario y nuevas tecnologías.

El tema es nuevo y se está estudiando cada vez más, tanto la Televisión Interactiva como la Interactividad en los medios. Además, puede servir a nuevos investigadores como complemento bibliográfico también.

El objetivo de publicar este tipo de investigaciones es básicamente porque no se sabe realmente lo que es la Televisión Interactiva. Hay tanta gente que anuncia muchos servicios como interactivo y virtual que creo que hay una confusión masiva sobre el término. No se sabe si realmente hay medios interactivos en México y sobre todo de qué manera pueden ser aprovechados, no sólo por las masas que recibirán el mensaje sino por los medios y sus anunciantes.

También sería de mucha ayuda saber sobre esta tecnología, su aplicación en otros países y su futura aplicación en México, y sobre todo conocer de la importancia de la retroalimentación casi inmediata que tienen los mensajes transmitidos en este medio, ya que cambiaría significativamente la forma de hacer televisión y/o publicidad.

Dr. Arturo González López

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO
Campus Querétaro

Santiago de Querétaro, Qro. 06 de marzo de 2003

Mtro. Francisco Javier Martínez Garza
Presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación

At'n.: Mtra. Martha Collignon
Coord. de Asuntos Académicos
Presente

Distinguido Mtro. Martínez:

Con la presente me permito notificar a Usted los nombres de las personas que representarán a nuestro Campus ante el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación:

- ✓ **Lic. Ma. de la Luz Fernández Barros**. Catedrática de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- ✓ **Dr. Arturo González López**. Coordinador de Programa Académico de Ciencias de la Comunicación
- ✓ **Mtra. Gabriela E. Ahumada Gastélum**. Directora del Departamento de Ciencias Económico-Administrativo, Sociales y Posgrado.

Agradezco su amable atención al presente y me despido enviándole un cordial saludo.

A T E N T A M E N T E
"POR SIEMPRE RESPONSABLE DE LO QUE SE HA CULTIVADO"

Lic. Silvia Rivera Damián
Rectora

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO
Campus Querétaro

MEDIANDO

REVISTA DE COMUNICACION. ENERO-FEBRERO AÑO 3 Nº 11

"INVASIÓN A LA PRIVACIDAD. NADIE ESTÁ A SALVO".

Por: LIC. ISRAEL PÉREZ

Por: DR. ARTURO GONZÁLEZ LÓPEZ

"EL FENÓMENO INTERACTIVIDAD. SIGNIFICADO Y RESONANCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN"

HALURO DE PLATA. GALERÍA FOTOGRÁFICA

HALURO DE PLATA. GALERÍA FOTOGRÁFICA

SYLVAN INTERNATIONAL UNIVERSITIES
La red de universidades más importante del mundo.

Editorial

Hace poco tiempo llegó a México, un nuevo esquema de programas por televisión, donde se mostraba, supuestamente el comportamiento de un grupo de personas que encerrados en una casa varios meses, trataban de sobrevivir a toda costa. Esta pequeña descripción, todos lo suponen, pertenece al famoso Big Brother.

Hablar del programa Big Brother, está muy trillado y analizado, pero se toma como un ejemplo para ver que actualmente los medios masivos de comunicación dan tratamiento a información que no tiene ningún sentido, ni trama y sobre todo no educa a nadie.

Se puede ver una gran apertura del manejo de los contenidos que hacen los medios, donde los espectadores tienen la oportunidad de presenciar la vida privada de gente religiosa, que la verdad no sirve más que para el escándalo y la promoción de la morbosidad, porque ver una relación amorosa entre un sacerdote y su secretaria no es algo muy edificante. La gente sólo se entera de que el padre por salirse del comportamiento reglamentario que le impone el clero será expulsado de este. Bueno ya se sabe ¿y?.

Hay que reflexionar si realmente ver programas que muestran cómo nace una "estrella del espectáculo" y por todo lo que tiene que pasar para serlo, deja algo para engrandecer el acervo cultural de las personas. El afán por copiar fórmulas extranjeras de programas televisivos para enseñar a la gente que en seis meses un joven puede ser un gran cantante, algo asi como aprenda a cantar por correspondencia, es imposible. ¿A quién le quieren ver la cara?

Es importante saber distinguir los límites de los medios masivos de comunicación, ya que sí los directivos que trabajan en ellos no lo ven así, el público debe estar siempre listo para no dejarse envolver por todo lo que ve o escucha en éstos. Hay que empezar por entorno cercano, por ejemplo la familia no tanto para prohibir que éstas vean o escuchen tal programación sino que aprendan a ser críticos de la información chatarra que los invade.

Contenido

Mediando es una publicación de la Academia de Medios de Comunicación de la Universidad del Valle de México Campus Querétaro. Las opiniones expresadas en esta revista pueden o no coincidir con la opinión editorial, por lo que son responsabilidad de cada uno de sus autores.

Este ejemplar no tiene ningún costo porque su finalidad es la divulgación académica

Tiraje de 600 ejemplares impresos en el centro de Diseño de la UVM Campus Querétaro

INVASIÓN A LA PRIVACIDAD

NADIE ESTÁ A SALVO

LIC. ISRAEL PÉREZ VALENCIA

Sin duda, hablar del ejercicio de la ética profesional en los medios masivos de comunicación, es meterse en problemas, porque a pesar de que respiran más libertad, se ha continuado con la línea de que lo más importante para ver en televisión es el escándalo, el chisme y, lo más grave, la cada vez más continua invasión a la intimidad de las personas.

Los tiempos han cambiado. Ya no hace falta ser un Luis Miguel o un Vicente Fox para estar en la pantalla del televisor; ya no necesitas ser figura pública o delincuente para atraer lo reflectores, e incluso ya no hace falta salir de tu hogar para poderte ver en el noticiero de la noche.

Son tiempos en los que la necesidad de informar y la invasión a la intimidad han creado una neblina que no nos deja ver la línea que los divide a los dos, pero que es necesario que los docentes de la carrera de Ciencias de la Comunicación identifiquen bien si queremos egresar profesionistas dignos y responsables.

El pasado 5 de enero, después de la "polémica" que desató el estreno de la película "El Crimen del Padre Amaro" el caldo de cultivo estaba preparado para lo que vimos después en todos los canales de televisión. Los noticiarios matutinos, vespertinos y diurnos nos dejaron sin salida, ninguno de nosotros pudimos escapar (hombres, mujeres y niños) de ver con estupor un video casero en el que se ve a Salomón Palma Chaparro, párroco de la Iglesia de Cristo Rey de la Diócesis de Cuauhtémoc, Chihuahua; sosteniendo relaciones sexuales con una mujer casada de 28 años que se presume era su secretaria.

¿Qué más podían pedir los medios? ¡lo tenían todo!, un video explícito, una población enardecida, un padre que no se arrepiente de lo sucedido y la eterna polémica sobre el celibato en el catolicismo. Sin embargo, sin meternos en las controversias sociales y religiosas, es necesario analizar varios factores que tienen que ver con la ausencia de la ética profesional en lo que a los medios masivos de comunicación se refiere.

Según los periódicos Reforma y La Jornada, el Diario de Chihuahua fue el primer receptor de la videocinta que les fue entregada por pobladores de la comunidad manzanera de Cuauhtémoc, Chihuahua que denunciaban, después de casi dos años de amenazas, las actividades secretas del párroco; y según relatan los dos diarios, este video fue grabado por el mismo padre y su secretaria para su uso personal. Al parecer el video le causó "comezón en las manos" al periódico chihuahuense, porque se encargó de difundirlo a todas la televisoras nacionales, quienes también lo distribuyeron a sus filiares en Estados Unidos, Univisión y Telemundo, respectivamente (los dos canales hispanos más importantes). Es por ello que la familia mexicana se vio acorralada a ver el video en la mañana, la tarde y la noche, lo que tuvo como consecuencia el linchamiento colectivo al párroco Salomón Palma Chaparro y su secretaria quienes, además de exhibidos ya hasta están amenazados de muerte a nivel nacional

TV AZTECA

por su comportamiento.

El análisis que nos corresponde hacer no es las implicaciones morales o religiosas del asunto, sino más bien el análisis objetivo sobre el papel de los medios de comunicación en este hecho en lo que se refiere a la invasión a la intimidad.

Ernesto Villanueva, quien es quizás es el periodista más comprometido con la búsqueda de la ética profesional en los medios informativos señala en su artículo "Reformar la ley para tipificar invasiones a la privacidad" (Etcétera 2000), señala que "el derecho a la vida privada consiste en la facultad que tienen los individuos para no ser interferidos o molestados por persona o entidad alguna en el núcleo esencial de las actividades que legítimamente deciden mantener fuera del conocimiento público. El bien jurídicamente protegido de ese derecho está constituido por la necesidad social de asegurar la tranquilidad y la dignidad necesarias para el libre desarrollo de la personalidad humana, con miras a que cada uno pueda llevar a cabo su proyecto vital."

Esto quiere decir que nadie, incluidos los medios masivos de comunicación, tienen el derecho de invadir mi intimidar ni de hostigar para saber qué es lo que hago en mi casa (con excepción de que fueran actividades tipificadas como delitos que dañen a la sociedad).

En México, la invasión a la privacidad está mencionada el las leyes más elementales del derecho nacional, como lo son las de la Constitución, que en el artículo 7mo., habla del límite al ejercicio de las libertades informativas y el artículo 16 que a la letra dice: "Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento".

Desde el punto de vista internacional, el derecho a la privacidad lo encontramos en documentos como la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, que establece: "Nadie será objeto de ingerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación." Ante este contexto, podemos ver que las televisoras, en pos de una "moralidad" mal entendida, exhiben al sacerdote con el pretexto de mostrar las actividades prohibidas para su profesión. Lo que nunca pasó por la mente de nadie fue que la televisión, en su papel de medio de comunicación no es juez ni parte de lo hechos que transmite, y que si el objetivo era informar sobre las actividades inmorales del párroco no era necesario dar tantos detalles, como lo es un grotesco video explícto que fue visto en horarios familiares, sino simplemente dar la información; lo que nos demuestra cómo en ocasiones, por ganar un *rarting* se sacrifica la opinión del telespectador con noticias que no ayudan en nada a forjar una mejor sociedad y que lo único que causan es alimentar este morbo (cada vez más nutrido) que tanto nos confunde como opinión pública.

El morbo de los medios
Imagen: www.reforma.com

Televisa

Gastón García Miranda, Jefe de Información del programa radiofónico "López-Dóriga en Radiofórmula", menciona que los personajes públicos están expuestos a diario a ver violentada su intimidad: "Desde el momento cuando la sociedad demanda conocerla, ya por morbo, ya con fines de lucro o incluso con fines de investigación periodística o literaria para el caso de un biógrafo, es preciso distinguir entre la invasión forzada a la privacidad y aquella que se da con la autorización del personaje de que se trate. Existen personajes que al ver expuestas sus cuotas de fama o popularidad apuestan al escándalo (vía programas como "Ventaneando" ó "La Oreja") para volver a la palestra. Pero existe un tercer aspecto no menos importante: la intervención en la vida privada con propósitos de investigación para denunciar hechos anómalos"

"No es lo mismo que el presidente Vicente Fox revele en una entrevista lo que le agrada en el desayuno, que publicar conjeturas sobre las razones (entonces) de su soltería. Y es que no está debidamente delimitada la frontera entre la libertad de expresión y el respeto a la privacidad de los personajes públicos, lo que ha relajado el criterio de quienes tienen en sus manos los medios de comunicación para publicar cualquier acontecimiento susceptible de venderse."

Este suceso nos una obligada reflexión : en ocasiones la sociedad no quiere saber tanto de ciertas cosas. Vienen a mi mente las quejas hacia las cadenas televisivas y de prensa escrita por parte de familiares de las víctimas de los atentados en el WTC de Nueva York en septiembre del 2001, en relación a la falta de tacto que tuvieron al proyectar imágenes de las personas que, en un arranque de desesperación, se lanzaron al vacío; o qué tal la reacción que tuvieron los familiares de los niños que el año pasado fueron atropellados a la salida de su Kinder y que veían el trágico suceso una y otra vez en la televisión. El caso del padre Salomón Palma Chaparro no fue la excepción, él, su amante y sus respectivas familias ya pueden considerarse dentro de la larga cadena de personajes que, gracias a "oportuna" intervención de los medios de comunicación, han logrado una fama que no pidieron y que los dejará marcados en nuestro país y más allá de nuestras fronteras. Que esto quede como reflexión a los comunicólogos: Vamos a enseñar a la gente a ver los medios como son y a sacar únicamente lo provechoso que nos pueden dar. Por lo pronto la vida de todos nosotros va a seguir normal aunque con un poco de la paranoia que causa la inquietud de sentirse vigilado por el vecino, que un momento de cólera tome una cámara de video y me haga salir en televisión a lado de todos los secretos que pudiera guardar en casa.

http://www.jornada.unam.mx/2003/ene03/030105/026n1est.php?origen=estados.html
http://www.etcetera.com.mx/pag66ne3.asp
http://www.etcetera.com.mx/pag10ne3.asp

El Fenómeno Interactividad

Significado y resonancia en los medios de comunicación.

Dr. Arturo González López

Estando en una charla de sobremesa con unos colegas, surgió "la gran pregunta del día": ¿Qué es interactividad?... Por un momento dudé en responder a tan trivial cuestión; sin embargo, me di cuenta de que la respuesta no era tan sencilla... ¿qué es en realidad interactividad? ¿Existe realmente interactividad? ¿De dónde viene su significado?... De inmediato busqué en el diccionario de la Real Academia que decía:

Interactividad: *f.* Cualidad de interactivo.

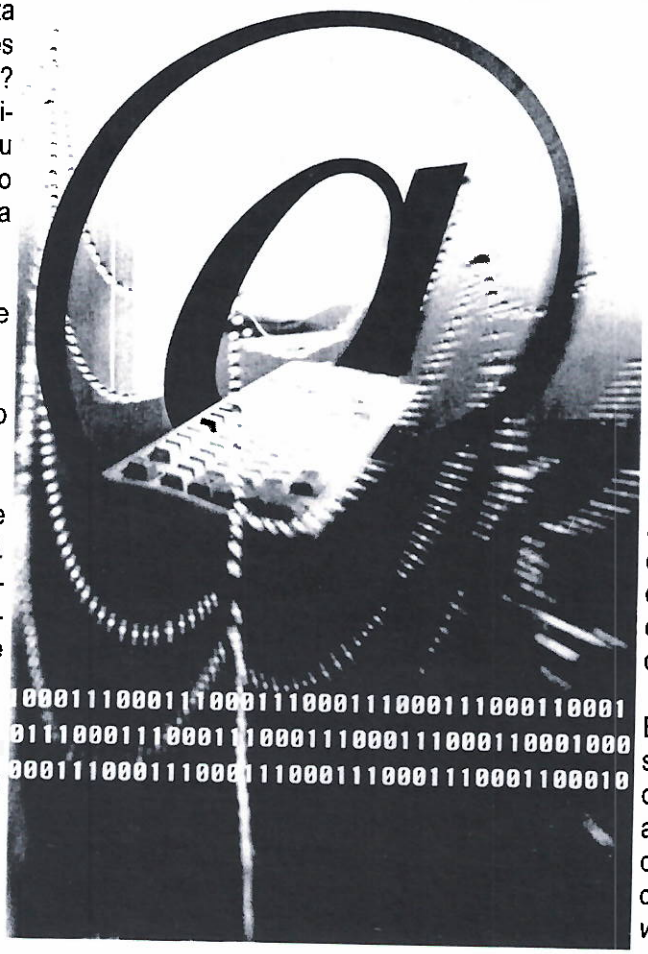
Así que busqué el significado de éste...

Interactivo, va: *adj.* 1. Que procede por interacción 2. *adj. Inform.* Dicho de un programa: Que permite una interacción, a modo de diálogo, entre el ordenador y el usuario.

Aún no estaba satisfecho con la respuesta, así que seguí investigando desde la raíz...

Inter.: (del latín Inter.) 1. *pref.* Significa "entre" o "en medio" 2. *pref.* Significa "entre varios"

Interacción: *f.* Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.



El concepto interactivo se utiliza, sobretodo, en informática y las comunicaciones. Imagen:www.google.com

Seguía sin entender muy bien este concepto, había algo diferente, algo extraño... ¿Y qué pasa con los medios "interactivos"? Se habla de Internet como el fenómeno interactivo del siglo pasado y ahora con la llegada de la "televisión interactiva" la discusión va a más...

¿Cuántas veces no hemos escuchado promocionar a un medio - llámese internet, televisión interactiva, radio digital – con frases como: "con interactividad plena" "interactividad a dos bandas" "interactividad real"? ¿Es realmente lo que nos ofrece? ¿Realmente el concepto de interactividad que en comunicación empleamos es el mismo que se utiliza en la tecnología?

¿Interactividad o interacción?¿Ambos o ninguno de los dos? Últimamente hemos estado escuchando en diferentes medios estos términos, ¿Pero son lo mismo?...

Podríamos decir que provienen del mismo concepto interactivo, su raíz es clara. Sin embargo, debemos diferenciar cuál es la función de cada uno en los medios que nos lo ofrecen.

El concepto interactivo se utiliza, sobretodo, en informática y las comunicaciones. En informática se aplica a programas que interactúan con el usuario, así se puede tener como ejemplo la relación *interactiva* individual con un ordenador manejando un programa que precisa nuestra intervención y elección de distintos parámetros y comandos para que siga un camino u otro.

En comunicaciones el término interactivo se refiere a cualquier método que enfrenta directamente a los interlocutores sin que estén físicamente en el mismo lugar. El ejemplo más sencillo de comunicación interactiva es una conversación telefónica.

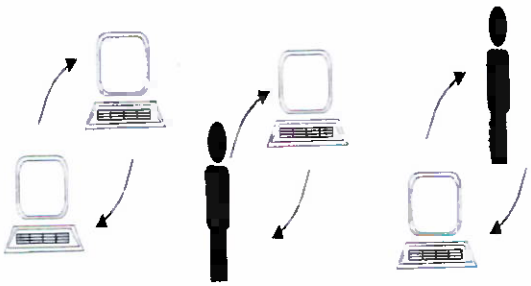
Como podemos darnos cuenta estamos hablando de dos formas "interactivas" de comunicación: la primera, la informática, donde el usuario emplea su conocimiento frente a una máquina y ésta sigue el camino que le es indicado y la segunda, la de las comunicaciones, donde dos entidades pensantes ejercen el mensaje con subjetividad.

Hablar de interactivo, interacción e interactividad no es nada nuevo ni tampoco es invento del siglo XX. Recordemos que durante el siglo XIX el telégrafo de Morse, y después el teléfono de Bell, introduceN por primera vez una comunicación por dos polos alterantes, ya que, el receptor debía de esperar a que su interlocutor diera la señal para continuar la comunicación. En el teléfono la posibilidad de simultaneidad logra la comunicación en tiempo real y el humano empieza a ser activado y a interactuar en sus funciones ideáticas y emocionales.

La oportunidad que ha tenido el hombre para llevar a cabo una comunicación bidireccional a través de un medio ha provocado el desarrollo de tres modelos en la estructura de comunicación interactiva. (GUBERN,1996:135-136).

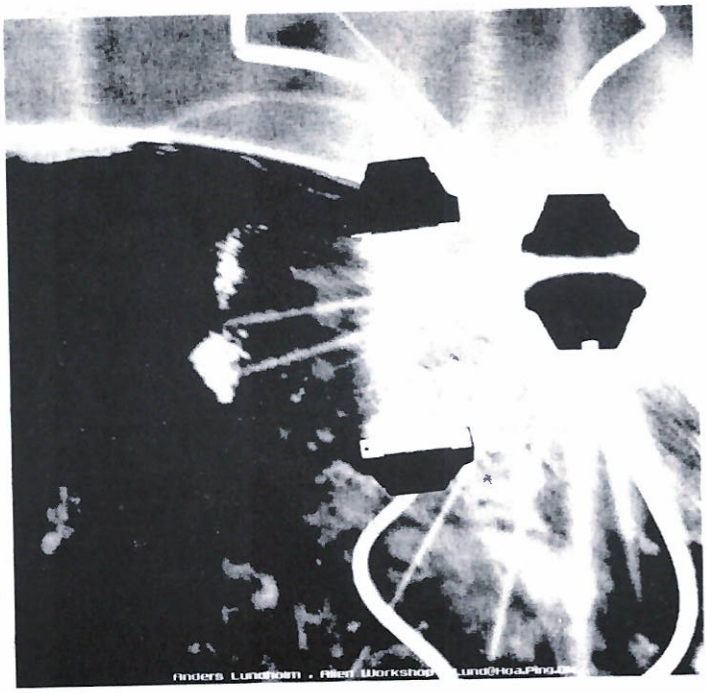
- El flujo comunicativo de hombre máquina, actuando la máquina como enunciataria
- El flujo comunicativo de máquina a hombre, actuando el hombre como enunciatario

El flujo comunicativo de máquina-máquina.



Es aquí donde nos surge la incógnita de si realmente de lo que hablamos es interactividad o interacción.

Después de una larga investigación con expertos en comunicación y nuevas tecnologías acordamos que no eran lo mismo. Podríamos decir que, cuando hablamos de interacción, nos referimos a un nivel de comunicación limitado. Existe comunicación, sin embargo ésta no es plena ya que se limita a ejecutar las aplicaciones del propio programa de una manera directa e intuitiva, permitiendo al usuario o espectador una manera sencilla de navegar por las distintas partes y



En comunicaciones el término interactivo se refiere a cualquier método que enfrenta directamente a los interlocutores sin que estén físicamente en el mismo lugar.
Www.goolge.com

pantallas. En cambio, interactividad es la acción inmediata de respuesta entre ambas partes, donde éstas ejercen soberanía absoluta sobre las acciones realizadas.

Probablemente algunos celosos de la lengua estén recriminado este artículo diciendo que de lo que se trata es la acción y el efecto de interactuar... o probablemente sirva de reflexión para mucho sobre estos conceptos tan discutidos en los últimos meses.

Para concluir, podemos decir que los distintos medios electrónicos permiten convertir esta participación en una trayectoria comunicativa efectivamente bidireccional, existiendo una retroalimentación de la información. Sin embargo, ésta se apoya en una base de datos elaborada por el emisor, que en este caso es el medio. La interactividad permite conocer rápidamente, en tiempo real, la reacción del interlocutor ampliando la información y creando nuevas expectativas del mensaje. No existe tal interactividad en el medio; es el sujeto el que activa el comportamiento pasivo del mensaje, encontrándose con las limitaciones propias del medio...

Sólo nos queda pensar si realmente los medios interactivos nos ofrecen interacción o interactividad en tiempo real, o si es sólo uno de sus servicios...

VI Encuentro de Comunicación
Vámonos entendiendo...
Comunicación en todos los sentidos

Ximena Luna Torres

Conferencia del V Encuentro de Comunicación
Imagen: Centro de Comunicación

En el Staff de Comunicación estamos trabajando duro desde principios de enero, pues teníamos en mente un proyecto genial. Les comento un poco...

"**VÁMONOS ENTENDIENDO... Comunicación en todos los Sentidos**", surgió, hace unos meses, como una idea dentro de una discusión.

El Encuentro era un hecho, pero no tenía identidad ni responsables. Edson, Dalia, Karen, Xioma, Paco, Alma, Dulce, Liz, etc, etc, etc. decidimos adoptarlo y poner todo nuestro trabajo y tiempo en su realización; hoy el Encuentro es una realidad, y nuestro objetivo es que este 24 y 25 de abril todos ustedes lo vivan con nosotros.

Con "**VÁMONOS ENTENDIENDO... comunicación en todos los sentidos**" pretendemos vincular a los estudiantes con los profesionales del mundo de la comunicación mediante un proceso de aprendizaje mutuo y con perspectivas de integración en diferentes áreas de trabajo; como Staff y estudiantes buscamos que los ponentes nos platiquen su experiencia en la vida real y amplíen nuestro panorama al momento de visualizar nuestro futuro como comunicólogos.

En "VÁMONOS ENTENDIENDO..." contaremos con la participación de especialistas en varios rubros de la comunicación. Esperando captar la atención de muchos de ustedes, habrá quien nos hable de Publicidad, Nuevas tecnologías en la Comunicación, Radio, Comunicación Política y muchos temas más.

Este evento es el más importante de nosotros como Staff de Comunicación, pero también puede ser el más importante para ustedes en su carrera, así que nos vemos en abril. "VÁMONOS ENTENDIENDO... comunicación en todos los sentidos".

Carlos Alazraki en el V Encuentro de Comunicación
Imagen: Centro de Comunicación

VÁMONOS ENTENDIENDO...

VI ENCUENTRO DE COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO CAMPUS QUERÉTARO

24&25 DE ABRIL DE 2003. CINE-TEATRO ROSALÍO SOLANO, CENTRO HISTÓRICO. QUERÉTARO, QRO.

INFORMES: UVM CAMPUS QUERÉTARO 01(442)211.19.00 EXT. 11279 E-MAIL: VAMONOSENTENDIENDO@HOTMAIL.COM

COSTO: $400.00 (CUATROCIENTOS PESOS) DEPÓSITOS: BANAMEX: 509703 CON REFERENCIA 9991153

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO
Campus Querétaro

SYLVAN INTERNATIONAL UNIVERSITIES
La red de universidades más importante del mundo

Tu Municipio en acción

HIPERMEDIA Y COMUNICACIÓN
EL GÉNESIS DE LA SOCIEDAD DOCUMENTAL

Dëmian Figueroa Zavala

La infinita búsqueda del hombre por registrar la historia – y no sólo registrarla, sino difundirla- ha sido detonante en el desarrollo de habilidades cognitivas específicas que se manifiestan, sobre todo, en el perfeccionamiento de herramientas cognitivas intrínsecamente relacionadas con los actos de habla y los procesos de comunicación.

La imperiosa necesidad de comunicación del hombre lo ha llevado a buscar, seleccionar y perfeccionar herramientas para la difusión de ideas y cuestionamientos trascendentales y que hoy conocemos por ser culturalmente compartidos.

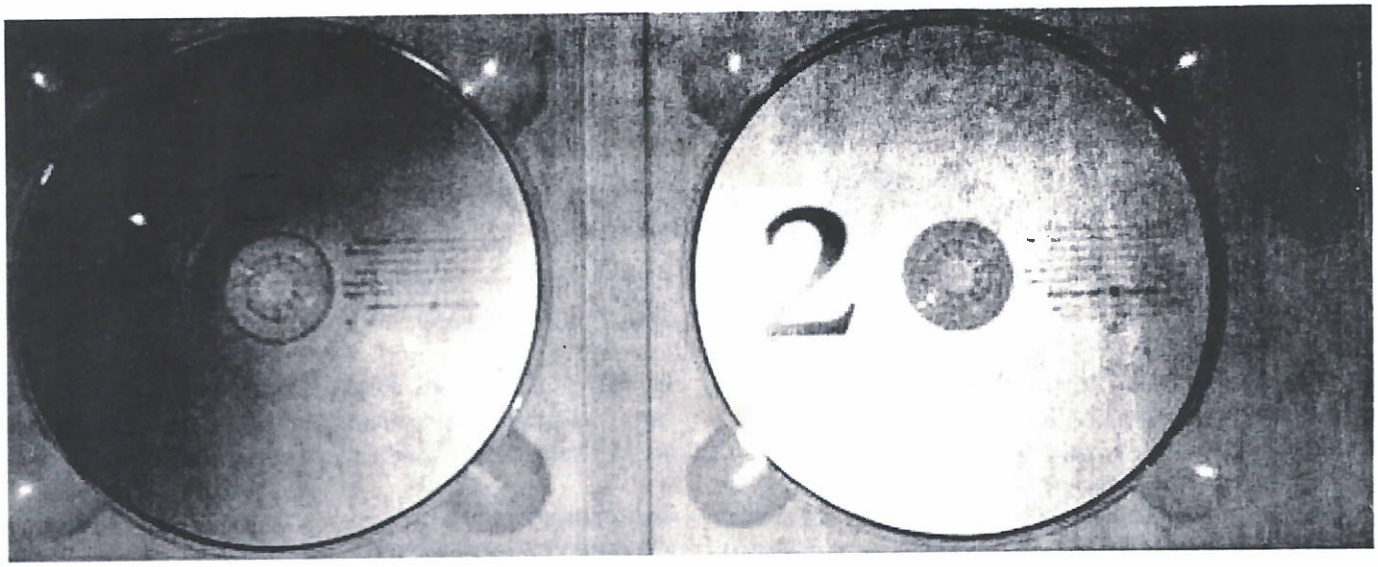
La prensa, la radio y la televisión son los medios masivos por excelencia, sin embargo – y dada la revolución tecnológica y la necesidad de preservar documentos- los mecanismos para el registro de la información han sido perfeccionados década tras década; por mencionar algunos: los discos de vinilo, las cintas magnéticas, los discos magnéticos, los discos compactos (cd's) y actualmente los discos digitales versátiles (dvd).

El DVD es un buen ejemplo del cambio de paradigma que trajo la era digital
Imagen: www.google.com

"La historia, hoy, es digital"- Agustín Figueroa. Ese término – digital – ha sido usado para referirse a la información binaria, sin embargo, es digital porque está al alcance de un dedo, con oprimir un botón, se obtiene información. Esta facilidad y alcance de la información es hoy una realidad que está disponible para todo aquel que ,con un mínimo contexto cognoscitivo, lo desee.

Estamos asistiendo al nacimiento de una Sociedad Documental. El concepto de documento como soporte de información es algo que está penetrando en el pensamiento de las personas. Profesionales, estudiantes, investigadores y una larga lista de individuos con actividades muy dispares están creando, intercambiando y consultando elementos documentales. Sin embargo, esta situación no se produce con la aparición del concepto documento, es decir, no surge con cualquier soporte, sino que lo hace de forma muy explícita con el soporte electrónico. El cambio de paradigma surge con la era digital.

Desde hace algunos años, el término "multimedia" ha sido un vocablo muy utilizado por quienes buscan la conjunción de herramientas mediáticas (video y audio), por otro lado, el llamado "hipertexto" es la herramienta digital por excelencia para consulta de



Por su parte, para ejemplificar un caso de hipermedia, existen los CD-ROM's interactivos, los cuales conjuntan audio, video e hipertexto creando un hipermedio dinámico, interactivo.
Imagen: www.google.com

documentos electrónicos, sin embargo, la multimedia ha dejado de ser una novedad y –de hecho- ha evolucionado a lo que hoy se manifiesta como "Hipermedia".

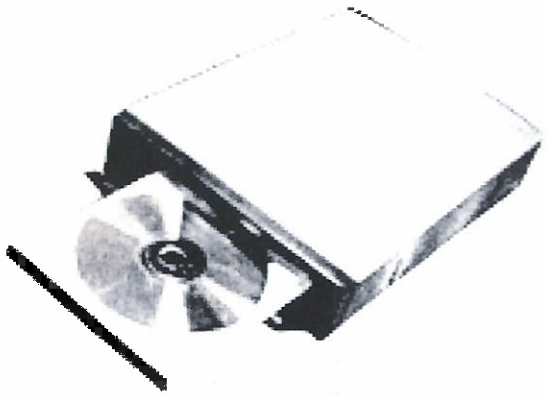
El término "hipermedia" surge de la fusión entre ambos conceptos: el hipertexto y la multimedia. Los sistemas de hipermedios podemos entenderlos como *"Organización de información textual, visual gráfica y sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema."* [Caridad y Moscoso, 1991, p. 48].

El ejemplo de hipertexto es la Internet, una serie de documentos ubicados en redes distribuidas alrededor del mundo que se unen por ligas específicas (comúnmente llamados "hipervínculos") que crean una asociación temática específica. Por otro lado, un ejemplo notorio de la multimedia es la televisión, ya que puede –o no- contener audio y texto acompañado por las imágenes que presenta.

Por su parte, para ejemplificar un caso de hipermedia, existen los CD-ROM's interactivos, los cuales conjuntan audio, video e hipertexto creando un hipermedio dinámico, interactivo y con amplias ventajas de capacidad de registro y retención de información. Otro ejemplo tangible es el disco digital versátil (dvd), que nos permite asociar a través de un hipervínculo la temática deseada desde la comodidad de un control remoto.

Es una realidad que no se trabaja con elementos documentales muy extensos, sino que se tiende a la fragmentación de otros más pequeños o sencillos por diversos motivos: flexibilidad en los cambios, comunicación distribuida en redes, facilidad de lectura, rapidez de acceso, estructuración en grupos de trabajo, etcétera. En definitiva se utilizan técnicas de hipertexto (aunque sea de forma implícita) para la elaboración documental.

Por otro lado, esos elementos documentales son heterogéneos en cuanto a contenidos y tipología del medio informativo utilizado (textos, imágenes, sonidos, gráficos). Nos referimos evidentemente a la "multimedia", término que se ha



El quemador de discos compactos, otra innovación Tecnológica
Imagen: www.google.com

introducido en todos los ámbitos de nuestra sociedad, llegando a constituir un reclamo para el consumo de masas. La expresión "sociedad multimedia" como un entorno donde los elementos audiovisuales constituyen una herramienta muy poderosa, no solamente para el ocio y el consumo, sino dentro del trabajo y la educación. Los documentos multimedia combinan diversos tipos de información en un orden determinado en el tiempo y en el espacio, sincronizándose con una serie de acciones.

La digitalización de la cultura tiene que superar el síndrome del ordenador como máquina en la que pasar a limpio los documentos, en la que las operaciones que en la vida real están interrelacionadas, informáticamente aparecen como actividades especializadas que luego se conjuntan.

Cuando se habla de cultura impresa no sólo se trata de la circulación de libros, sino de todas las técnicas y artimañas asociadas al trabajo creativo de elaboración de conocimientos a través de documentos, individualmente y en grupo, en sistemas dinámicos y complejos. La hipermedia, por ende, es la herramienta actual por excelencia en la documentación dinámica, segmentada, interactiva y latente.

BIBLIOGRAFÍA

Caridad, M. y Moscoso, P. (1991): Los sistemas de hipertexto e hipermedios. Madrid, Pirámide.

Apuntes de Juan Antonio Pastor. Documentalista en el Servicio de Información de la Universidad de Murcia, experto en hipertextos y en servicios de información corporativa.

Información en internet:
http://www.tramullas.com/nautica/documatica/6-5.html

STAFF DE COMUNICACIÓN

¡Hola! ¿Cómo están?. Yo soy Edson Ávila Tinaejero, presidente de Staff de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. Nos da mucho gusto tener esta oportunidad de saludarlos y aprovecharla para desearles un excelente semestre y mucha suerte para este año 2003, esperando que sea un año lleno de éxitos, metas alcanzadas y sueños cumplidos para todos ustedes.

De igual manera es una oportunidad para que nos conozcan y estemos en contacto para aclarar todas sus dudas e inquietudes en torno a la carrera y a las actividades que como estudiantes de comunicación tenemos.

El **"Staff de Comunicación"** tiene un fuerte compromiso con todos los alumnos de la carrera, ya que somos vínculo entre las autoridades y los estudiantes de comunicación, así como el órgano representativo de la carrera ante nuestra institución. Por tal motivo es de suma importancia que todos ustedes nos conozcan y estén enterados de todas las actividades de interés para nuestra carrera que tendrán lugar durante este semestre.

El **"Staff de Comunicación"** esta integrado por los siguientes alumnos:

Alma Rodríguez, 4to. Semestre, responsable de Imagen.

Ingrid Xiomara Díaz Nava 4to. Semestre, Publicidad y Patrocinios

Karen Lizeth Cervantes Suárez, 4to. Semestre, responsable de Comunicación

Dalia Sierra Corona, 4to. Semestre responsable de Logística

Lizeth Peñaloza, 5to. Semestre, representante ante el Comité Estudiantil

Dulce María Moreno Villagrán, 4to Semestre, Tesorera

Juan Francisco Bocanegra Bobadilla, 4to Semestre Secretario

Ximena Luna Torres, 4to Semestre, Vicepresidenta.

Edson de Jesús Ávila Tinajero, 4to. Semestre Presidente.

Este semestre es el más importante para todos nosotros ya que se llevará a cabo el **VI Encuentro de Comunicación** de nuestra carrera que llevará por título **"Vámonos entendiendo... Comunicación en todos los Sentidos"** y que tendrá lugar en el Cineteatro Rosalío Solano los días 24 y 25 del mes de Abril.

Siendo este el evento más importante del año para nuestra carrera, el Staff de Comunicación te invita a que nos acompañes en este importante evento. Si estás interesado en ser un miembro activo del Staff u obtener mayor información entorno al Congreso de Comunicación, con gusto te atenderemos en la Coordinación de la Carrera con Ximena Luna T. y en el Centro de Comunicación con el Prof. Israel Pérez Valencia.

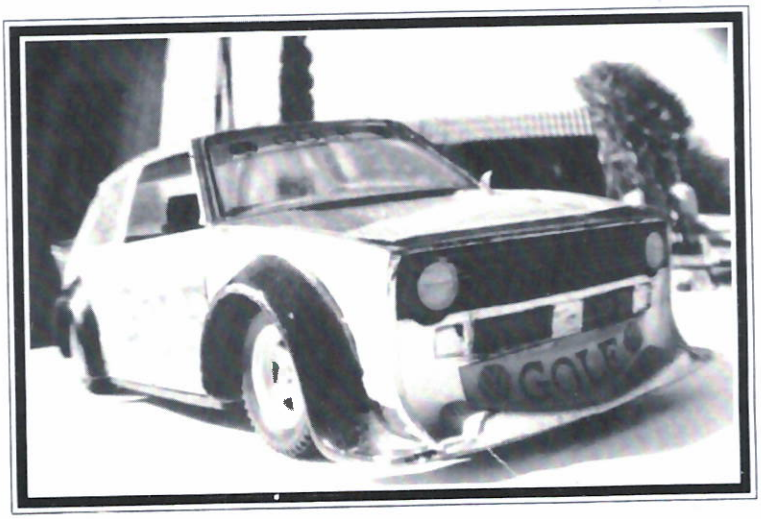
Recuerda que para nosotros, tú eres lo más importante y que el Staff esta para servirte.

Fotógrafo:
Skidmore Smith McDonald

Fotógrafa:
Ximena Luna Torres

Fotógrafo:
Lino Ruiz Lozano

Fotógrafo:
Gonzalo Romero González



Un vistazo a la comicidad de CHAPLIN

Elsa Belén Ramos Aguilar

En poco tiempo, Chaplin se convirtió en el Rey de la Comicidad
Imagen: www.google.com

1915. A partir de este año, la carrera de David G. Griffith empieza a decaer pues, a pesar de ser un gran director, con buenas ideas, calidad, etc., su fórmula ya no satisfacía lo suficiente al público, se le tachaba de pacifista en Europa y su película *Intolerancia* no logró la aceptación esperada. Es entonces cuando se necesitaba de alguien que marcara el nuevo rumbo del cine, un líder que guiara el camino del séptimo arte. Así, surge una nueva luminaria que pronto arrazaría con los demás directores de la época: Charles Chaplin.

Chaplin fue un gran cineasta y eso lo hemos escuchado todos alguna vez, su grandeza estriba en su forma de combinar la comedia con la realidad, es decir, aterrizó su arte (porque el cine es eso, un arte) a lo cotidiano, algo que realmente pocos artistas pueden lograr. Pero esto no se dio de la noche a la mañana, una de las cosas que más le ayudaron fue el trabajar en la compañía teatral Fred Karno pues las obras en las que debutó le sirvieron para perfeccionar su comedia y su pantomima. Entre ellas se encuentran: "The Football Match" , "Mumming Birds", "Jail Birds", "Early Birds", "Hilarity", "Wow Wows" y "A Night in the London Club".

Poco después, al viajar con esa compañía a Estados Unidos, fue contratado por el cineasta Matt Senett empezando su carrera en el cine con la película "Making A Living". Al principio, Chaplin imitaba mucho a su contemporáneo, el actor francés Max Linder, pero poco a poco fue singularizando su estilo, el de un vagabundo solitario y romántico que se creía un caballero.

Ya con algunos meses de trabajo en Estados Unidos, Chaplin había conquistado más fama que Griffith y fue así como en 1915 produce para la *Essanay* quince películas, entre ellas *The Tramp* que, de acuerdo al autor Georges Sadoul, fue su primera obra magistral, pero hasta la película *Work, Shangaied* aparece su clásica sátira social. Es así como desde sus inicios empieza su sarcasmo y su comicidad, burlándose de los condes, nobles y de todos aquellos que se quieren sentir más que los demás sobre todo a través de "Charlot", su famoso personaje vagabundo.

En cuanto al tecnicismo utilizado por Chaplin, digamos que su edición es primitiva y no se distingue mucho de la que usaba su admirado Max Linder, además, aplicó el **plano general** en la mayoría de sus escenas y sólo empleaba el gran plano en caso de que la expresión del rostro fuera más importante que la mímica del cuerpo.

La entrada de Chaplin al mundo del cine en 1915 no pudo ser en mejor momento, ya que en Estados Unidos se estaba iniciando el "Star System", método que se utilizaba para lograr una mejor penetración del cine americano en el mundo y que consistía en atraer público por medio de los actores participantes en cada film. Así fue como se le facilitó a Chaplin el llegar a ser conocido.

Ya en el cine cambió varias veces de compañía, firmó en 1916 con la *Mutual* y en la *Keystone* duró un año haciendo

Charlotte, su personaje principal
Imagen: www.google.com

En sus películas, Chaplin cuestionaba las desigualdades sociales
Imagen: www.google.com

35 películas; pero finalmente decidió crear su compañía, la Chas. Chaplin Film Co. Esto además de asociarse con Griffith y varios cineastas más para formar la United Artists.

Con el tiempo, sigue mejorando, haciendo grandes aportaciones al cine mudo y superando a muchos otros de sus contemporáneos, entre ellos a Max Linder. Sin embargo, con la llegada del cine sonoro, Chaplin se negaba a cambiar pues su estilo visual había alcanzado la cumbre y ahora tenía que perfeccionarse una vez más.

Contra su voluntad, Charles tuvo que ceder, aunque lo hizo produciendo pocas películas sonoras con temas un tanto inquietantes debido a su contenido político. Entre estos films se encuentran *Tiempos Modernos, Luces de la Ciudad y El Gran Dictador* con un claro ataque a Hitler y otras.

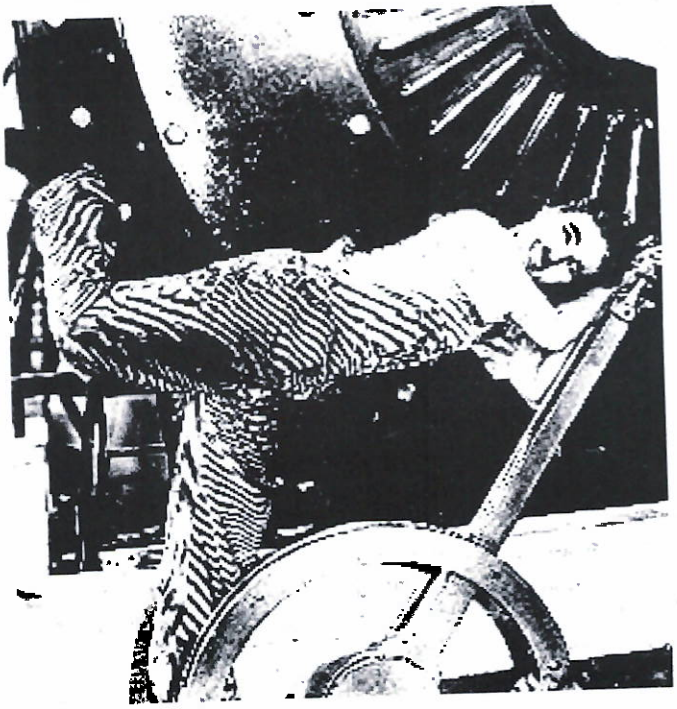
Es así como cada vez se centró un poco más en la crítica y en la política (al fin y al cabo europeo), tanto que durante la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría, Chaplin pugnó abiertamente por la paz lo que le ganó el título de anti - americanista.

Lo interesante de Charles Chaplin consistió en que al rodar una película y al producirla le agregaba ese toque de reflexión, el no temía expresar sus ideas pues creía en ellas. Si hay algo ejemplar de él es que el no sólo buscaba ganar dinero y entretener a un público, él decidió entretener dando un punto de vista, haciendo críticas y expresando su inconformidad y la de los demás, ya sea acerca del fascismo ó de temas de guerra. Es por ello que a donde quiera que iba se le criticaba, incluso se llegó al punto de que la policía lo perseguía, claro en Estados Unidos.

Por lo anterior se fue a Suiza poco después de rodar otra película, allí permaneció saliendo pocas veces a otros países. Sin embargo, la lucha valió la pena porque su forma de pensar y pugnar por causas sociales fue reconocida cuando se le nomina al Premio Nobel de la Paz y recibe el Premio Internacional de la Paz.

Pienso que esto es lo que debemos aprender de él, que nuestra labor como comunicólogos es importante no sólo para entretener sino para buscar el despertar de la gente, un despertar que haga que la sociedad mejore, que ésta busque la conformación de un mundo mejor. Nuestra labor debe ser formar líderes de opinión que sepan qué opinar en momentos tan cruciales como los que estamos atravesando, estos tiempos en los que el autoritarismo de países como Estados Unidos está en pleno auge, en fin, en estos tiempos de guerra.

Pienso que si a Chaplin le preguntaran como le hubiera gustado ser recordado, diría que así, como un catalizador de la lucha por la justicia y la paz.



Chaplin, en una de sus mejores películas critica la industrialización
Www.google.com.mx

Xpresión TV

Aimée Rivera Rivas

Xpresión T.V. es un nuevo medio de comunicación dentro de este tu campus el cual representa un nuevo medio para expresar tus ideas de manera visual.

Aunque pudiera parecer que solo esta pensado para estudiantes de Ciencias de la comunicación, no es así, queremos que sea una plataforma de expresión para todos.
Hemos pensado incluir una programación en la que se cubran los tres objetivos de la televisión que son educar, informar y entretener ; y para lograrlo planeamos una programación en la que se incluyan películas, videos, documentales, reportajes e información relevante de la universidad.

Este proyecto ya lleva dos semestres al aire, pero a partir de marzo comenzaremos una segunda etapa en la que tendremos una imagen nueva y una programación distinta.
Como parte de la Comunidad de la licenciatura de Ciencias dela Comunicación, te invitamos a participar, ya que si lo haces tendrás la ventaja de poder liberar tu servicio social y no solo eso, podrás poner en práctica tus conocimientos y poder hacer visibles tus ideas.

Lo importante no es caminar varios senderos sino dejar huella en cada uno de ellos, esta es una oportunidad de hacerlo, durante tu estancia en la universidad sin importar el semestre en el que estés.

Estamos a tus órdenes en el Centro de Comunicación, pregunta por nosotros y estaremos felices de contar contigo dentro de este proyecto.

LA EDUCOMUNICACIÓN DE Mario Kaplún

"...sigo siendo, un enamorado de mi profesión. De nacer otra vez y tener la oportunidad de volver a optar, la elegiría nuevamente". "Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad."

Mario Kaplún

(extraído de su mini-autobiografía, publicada no boletín Alaic, nº 7-8, 1993

Todos los que de alguna manera o de otra hemos estudiado algo de radio nos hemos topado con él. Citado por mejores teóricos y productores en cada uno de sus libros, Mario Kaplún es concebido como el principal estudioso de este medio de comunicación en toda América Latina. Su preocupación constante por la utlización de lo medios de comunicación con fines educativos, Mario Kaplún desarrolló diferentes postulados teóricos en diferentes publicaciones como "Producción de Programas de Radio", "Comunicación entre grupos", "Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos", "El comunicador popular" y "La educación para los medios en la formación del comunicador social", su "Curso de Lectura Crítica de los Medios Masivos".

Desde niño Kaplún tuvo la oportunidad de trabajar en la radio y conocer sus secretos. vivió esos años de radio como una "aventura fascinante" y un aprendizaje intenso del oficio, pues en un contexto de transmisiones en vivo y posibilidades técnicas básicas, debía escribir dos guiones por semana, dirigir actores, coordinar técnicos, ensayar, ambientar y salir al aire. "Ya estaba inoculado con el virus de la comunicación. Ya era mi profesión, mi oficio, lo que sabía y me gustaba hacer". Desde el inicio de su carrera cuestionó el modelo de comunicación unidireccional privilegiado por los *mass-media*, pero no lo hizo teorizando sino generando procesos que, desde los propios medios, potenciaran al destinatario al punto de transformarlo en emisor. Más tarde haría uso del término "emirec" - del neologismo francés acuñado por Jean Cloutier, "émeréc"- para reforzar la idea de que todo ser humano tiene la condición y aptitud necesaria para ser emisor y receptor en un mismo proceso.

Hablando de sus trabajos en la radio particularmente, en su libro "Producción de Programas de Radio", nos da la reflexión acerca del sentido social de la radio, y cómo esta puede servir como vehículo de temas educativos, de hecho, nadie podría distinguir entre la radio cultural y la radio educativa si no ha leído a Mario Kaplún.

Con el paso de los años, Kaplún comenzó a estudiar los postulados de las llamados "Paradigmas del Aprendizaje" Hacia el final de su carrera como educador y comunicador, Mario verificaría su afinidad con las corrientes pedagógicas constructivistas, y más concretamente con el psicólogo suizo Jean Piaget y su idea de aprendizaje como proceso autónomo de descubrimiento personal; con el psicopedagogo estadounidense Jerome Bruner que, inspirado a su vez en Piaget, promovió la idea de aprendizaje como proceso que se construye mediante la exploración y la praxis; y con el psicólogo y lingüista ruso Lev Vygotsky, que profundizó el concepto de aprendizaje como proceso social en tanto el sujeto aprende en la interacción con los otros.

Así fue que, partiendo de estos núcleos de inspiración fundamentales –El Centro Fabro con Segundo, Freire con su sistema educativo liberador y Freinet con su idea del saber como construcción social-, Mario empezó a sistematizar la educación desde los medios, manteniendo siempre como uno de los ejes fundamentales de su desarrollo la búsqueda religiosa. (Conviene aclarar que "religión" en el caso de Mario Kaplún no es la religión del dogma o el templo, sino de la acción, de la vida). En ese tiempo produjo una serie de radiogramas llamado Jurado N° 13, una radionovela educativa Siempre inspirado en Paulo Freire, Mario introdujo en sus programas la comunicación dialógica participativa. Pensado desde la praxis y elevado luego a la teoría, el método de *Jurado No.13* fue una de las claves de su trabajo, no sólo en relación con la praxis comuni-

cacional, sino en relación con la fe: "La fe es dialógica; la fe va creciendo; la fe es hecha junto a un equipo de gente", explica Manuel. La serie, que incluía veinte temas repartidos en sesenta programas, acabó siendo emitida en más de seiscientas emisoras y traducida a varias lenguas; en algunos países fue incluso estrenada muchos años después de su realización y en otros fue repuesta varias veces. En 1973 ganó el premio mundial UNDA-Sevilla y el Tulipán de Plata del certamen "Kom Over de Brug" (holandés) para producciones del tercer mundo. Mario Kaplún se convirtió en el único comunicador radiofónico que tuvo sus radioteatros en toda América Latina.

La radio, según Kaplún, puede ser un instrumento educativo
Imagen: Centro de Comunicación

Mario publicó *Producción de programas de radio: el guión, la realización* (Venezuela, 1978), un texto que aborda de manera exhaustiva el proceso de producción de mensajes radiofónicos en los diversos formatos, con la particularidad de presentar al comunicador radiofónico como un educador no-formal con una gran responsabilidad en los procesos de desarrollo. El texto focaliza no solo el *cómo* hacer radio, sino también el *para qué*, en el marco de una pedagogía del medio radial que resalta la potencialidad educativa del medio.

En 1980 ingresó en el Centro de Servicio de la Acción Popular (CESAP), una institución no-gubernamental en cuyo marco organizó la División de Comunicación y Cultura Popular. Desde allí, y junto a Ana, dictó cursos a grupos de base venezolanos sobre comunicación fotográfica, audiovisual y periodística, y también sobre teatro, aplicando una metodología de capacitación de comunicadores/educadores populares. Al poco tiempo la división puso en marcha los Talleres Latinoamericanos de Comunicación Popular, un proyecto que se sostuvo durante cuatro años y en cuyo seno se formaron más de cien comunicadores/educadores populares de dieciséis países de América Latina. Y en este sentido fue muy significativa fue la fundación de la Escuela Andina de Comunicadores Mario Kaplún, que por iniciativa de grupos egresados de los talleres de comunicación popular de esos años, ocurriera en Mérida a los pocos años, para sorpresa de Mario.

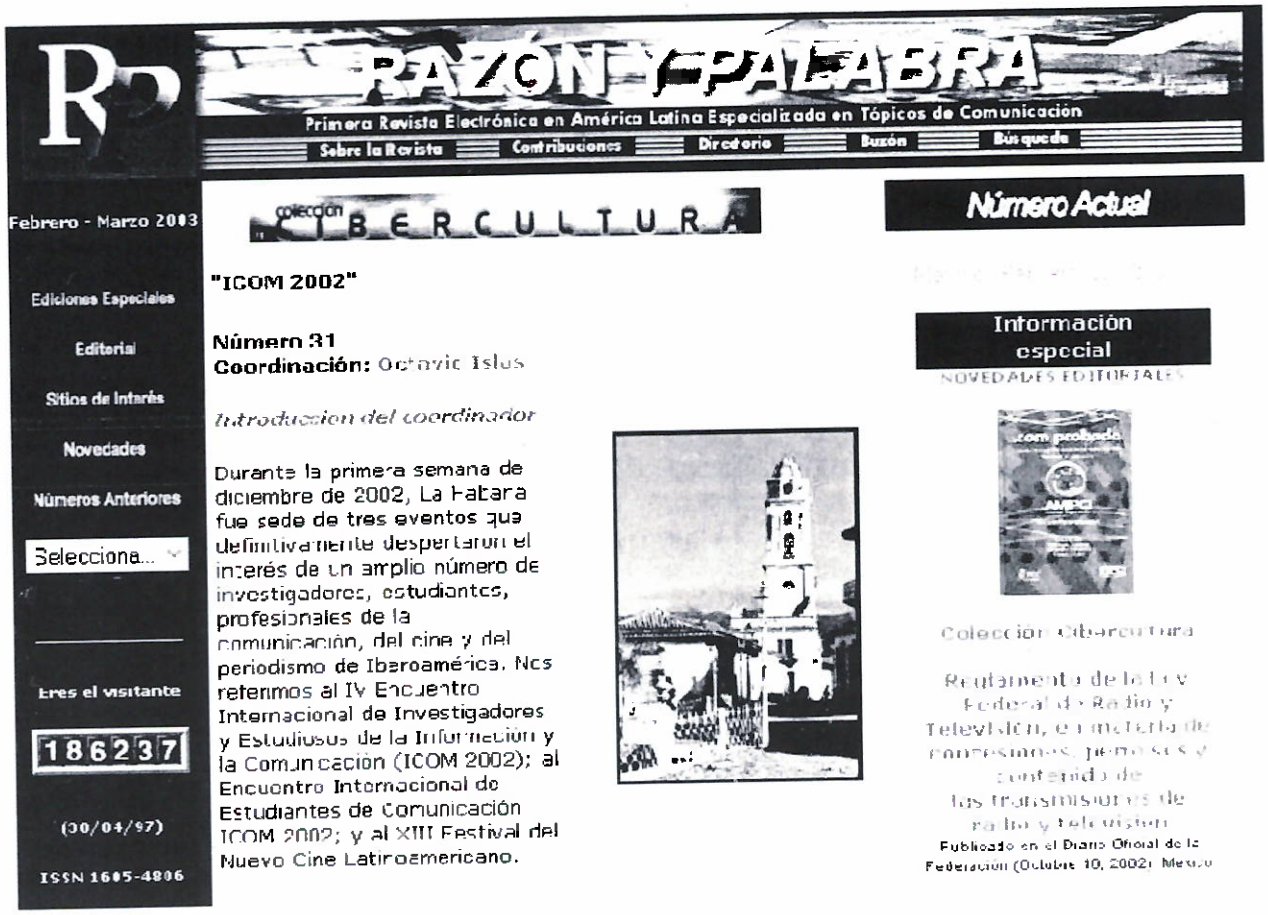
En el marco de estos talleres Mario pudo aplicar formalmente el método de Lectura Crítica que venía ensayando desde hacía un tiempo: "De productor de mensajes, pasé a ser capacitador y potenciador de emisores". El método se sustenta en la idea de que, para potenciar nuevos emisores hay que ejercitar la capacidad crítica en ellos, lo que implica enseñarles a decodificar cultural e ideológicamente los mensajes para que puedan analizarlos y tomar una postura. Paralelamente UNESCO encargó a Mario un estudio de las tendencias y estrategias de comunicación en la educación de adultos latinoamericanos, cuyos resultados fueron publicados en el texto *Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos* (Chile, 1983). Dictó cursos de posgrado en varias facultades de Comunicación de universidades de Brasil, Colombia y Venezuela, así como en el Centro Superior de Capacitación en Radio de CIESPAL/Radio Nederland (Quito, Ecuador). Su libro Producción de Programas de Radio es texto de estudio en numerosas escuelas. Desafortunadamente, Kaplún falleció en noviembre de 1989 víctima de un tumor cerebral. Sin embargo su legado queda ahí, en cada clase o curso de radio que se realiza en Latinoamérica aparecerá recordándonos que el mensaje radiofónico puede convertirse en un instrumento de educación social

INFORMACIÓN

Chasqui 58, Junio de 1997
LA EDUCOMUNICACION
E-mail Chasqui:
chasqui@ciespal.org.ec
E-mail CIESPAL:
ciespal@ciespal.org.ec

COMUNICACIÓN VIRTUAL

Elsa Belén Ramos Aguilar



La comunicación, como sabemos, es parte esencial de nuestra vida. Ninguna de nuestras actividades sería la misma si no nos pudiéramos comunicar, de hecho, sería imposible hacer cualquier cosa y cuanto más ahora cuando el tiempo en el que vivimos nos exige una comunicación mundial. Quizá una causa de ello es que gracias a medios como la internet, podemos "hablar" con alguien que se encuentra del otro lado del mundo. En fin, todos y todas debemos estar a la vanguardia de la tecnología, de lo que ocurre en el mundo pues ya no somos solamente ciudadanos de un país, sino del mundo. Pero, si esto incumbe a cualquier persona, ¡cuánto más a los comunicólogos! Debemos saber qué pasa en nuestro campo aunque ello sea en China, Japón o la India, pues todos necesitan de la comunicación. Por ello es que hemos decidido iniciar, en este número de "Mediando", una sección donde te enteres de lo que ocurre en el ciberespacio: qué páginas sobre comunicación y disciplinas afines son interesantes, o cuáles puedes consultar para enriquecer tu acervo cultural o simplemente para conocer otras formas de hacer comunicación. También, buscaremos dentro de la red la existencia de nuevas tecnologías, etc. Este es un espacio abierto y aceptamos sugerencias, comentarios, etc., acerca del contenido de esta nueva sección.

Bien, pues en la búsqueda de algo interesante para mi artículo, encontré en la web una publicación muy especial y de la cual yo no sabía nada hasta ese día. Se trata de une revista "especializada en tópicos de comunicación", como dice parte de su encabeza-

¿Qué es la "Teoría Cognitiva Sistémica de la Comunicación"?

Raymond Colle
Analista de Sistemas
Dr. en Ciencias de la Información

do, llamada *Razón y Palabra*. Esta revista publica su primer número en enero de 1996 (¿Cómo es posible que no haya sabido de ella antes?), con un concepto bimestral y a cargo del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey campus Estado de México, surge con el fin de que en ella puedan escribir los expertos en comunicación no importando su área de enfoque, escuela en la que se estudie, etc. De hecho, su propósito es que haya tan diversas expresiones como sea posible.

En ella puedes encontrar muchísimos artículos interesantes, por supuesto, enfocados a la carrera. Hay novedades en comunicación, análisis de publicidad, de la mercadotecnia de artistas, nuevas teorías de comunicación, noticias de congresos internacionales y de eventos importantes de nuestro campo. *Razón y Palabra* es una revista seria, con un diseño que lo refleja pero que, no por ello, deja de ser llamativo. La mayoría de su contenido es en español aunque también puedes encontrar artículos en portugués. ¿Qué más? Puedes consultar los números anteriores por si se te pasó leerla un bimestre o si quieres analizar su progreso.

En eL número 31 puedes encontrar artículos muy interesantes como el escrito POR Raymond Colle acerca de lo qué es la Teoría Cognitiva Sistémica de la Comunicación (lo sé, suena algo complicado pero para eso está el artículo, para explicarlo) ó el del Webperiodismo artículo de João Canavilhas. Como puedes ver, el contenido de esta publicación virtual es de temas actuales y/o novedosos.

La verdad, en lo personal me agradó mucho esta publicación, si puedes, date la oportunidad de visitar la página, estoy segura que también te va a gustar:

http://www.razonypalabra.org.mx

¿Te gusta escribir?
¿Quieres aportar algo a tu carrera?

¡PARTICIPA!

Escribe en la revista Mediando

Entrega tus artículos en diskette, letra Arial Narrow 11 a espacio sencillo en el Centro de Comunicación con la Lic. Brenda Romero o mándalo por E-Mail a la siguiente dirección: mediando_uvm@hotmail.com

Recuerda: Todos los artículos deberán contar con referencias bibliográficas y/o de internet en páginas especializadas para su publicación

EL IDEARIO

El ideario constituye la base filosófica, la esencia, el fin de la Universidad y el marco de referencia e inspiración para las acciones de la Institución. El ideario integra los principales valores que guían el trabajo de la Universidad y el modelo de la persona y sociedad que quiere lograr.

La Universidad del Valle de México es una institución educativa cuya comunidad está integrada por:

Patronos, gobernadores, directivos, personal académico y administrativo, estudiantes, padres de familia y egresados que tienen como finalidad primaria y común el engrandecimiento de México, la constante búsqueda de la verdad, de la identidad nacional y el respeto eterno de sus valores.

La Universidad del Valle de México cree en la dignidad de toda persona, panorama infinito de posibilidades y con capacidad plena de desarrollar esfuerzos hacia el logro de sus objetivos.

La Universidad del Valle de México selecciona a sus estudiantes tomando en cuenta el potencial de esto para revertir a la sociedad los conocimientos y destrezas obtenidas en el aula. Asimismo busca formar egresados capaces de contribuir al bien común.

Tratándose de sus directivos y demás personal académico y administrativo, la Institución buscará colaboradores que tengan, entre otros, los siguientes atributos: conciencia ética, competencia profesional y deseo manifiesto de superación.

Así mismo, prohíbe que dentro de sus seno, cualquier miembro de la comunidad o persona ajena realice actos proselitistas a favor de partidos políticos, doctrinas económicas, sociales o religiosas, cualesquiera que estas sean.

La Universidad del Valle de México Buscará ser una Institución siempre vigente de tal manera que sus funciones de educar, investiga y difundir la cultura acordes a las necesidades del hombre en su momento histórico.

Así mismo, con la pretensión de prepararlo para el futuro, llevará al estudiante por el firme camino de la prospectiva, disciplina que facilitará su proyección y abatirá obstáculos en su crecimiento intelectual.