

CCC
AI
0045

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Departamento de Comunicación

PLANEACION CURRICULAR
DE LA MAESTRIA EN COMUNICACION
DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Pablo Casares y Luis Javier Mier Vega

MEXICO, D.F.

1987

INDICE

INTRODUCCION, 4

1. Planteamiento del problema, 4
2. Estrategia y metodologia, 5

I. UNA VISION GENERAL, 7

1. Origen y arranque, 8
2. Crisis y repunte, 11
3. Situación actual, 13

II. FUNDAMENTACION, 16

1. Fundamentación institucional, 16
 - 1.1 Fines, 16
 - 1.2 Condiciones, 17
2. Fundamentación social, 19
 3. Orientación, 20
4. Area de estudio, 21

III. OBJETIVOS Y

PERFIL DEL EGRESADO, 25

1. Objetivos, 25
 - 1.1 Educativo, 25

- 1.2 De producción, 25
- 1.3 Estratégicos, 25
- 1.4 Institucionales, 26
- 1.5 Específicos, 26

- 2. Perfil del egresado, 27
- 2.1 Perfil del candidato, 27
- 2.2 Perfil del egresado, 28

IV. ESTRUCTURA Y ORGANIZACION

ACADEMICAS, 30

- 1. Estructura, 27
 - 1.1 Reflexión teórica, 31
 - 1.2 Métodos e investigación, 32
 - 1.3 Análisis y planeación, de la comunicación, 33
 - 1.4 Elaboración de mensajes, 34
- 2. Organización, 35
 - 2.1 Area propedéutica, 35
 - 2.2 Area básica, 36
 - 2.3 Area mayor, 36
 - 2.4 Area terminal, 37.

INTRODUCCION

Con el objeto de mejorar su currícula, el Departamento de Comunicación inició a principios de 1985 una investigación sobre planeación curricular de la enseñanza de la comunicación en la Universidad Iberoamericana. El estudio se dividió en dos partes: licenciatura y posgrado.

Por razones prácticas, la parte dedicada al currículum de licenciatura, cuyo reporte se presentó a principios de este año, incluyó la médula de la investigación.¹ La segunda parte, cuyo informe se presenta ahora, busca aplicar los resultados obtenidos -con las necesarias modificaciones- a la planeación de la maestría.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Al igual que en el caso de la licenciatura distinguimos el currículum del plan de estudios. Al primero lo consideramos como el proceso educativo a mejorar; al segundo, como el instrumento elegido para lograrlo.

Para elaborar este último nos propusimos encontrar un curso de acción satisfactorio que nos permitiera:

a) Proponer objetivos fundamentados que orienten efectivamente la acción y que acorten la distancia entre lo deseado y lo posible.

b) Encontrar soluciones que permitan lograr un cumplimiento satisfactorio de dichos objetivos.

2. ESTRATEGIA Y METODOLOGIA.

Para lograr lo anterior seguimos una estrategia y una metodología de planeación curricular.

La estrategia se propuso:²

1) Analizar la realidad comunicacional (que incluye la relación entre la comunicación y la transformación social, tanto por lo que toca a la profesión como por lo que corresponde a la disciplina), con el objeto de prevenir problemas y aprovechar oportunidades.

2) Analizar la realidad de la Universidad Iberoamericana, del Departamento de Comunicación y de la propia maestría, para identificar características, políticas, debilidades y puntos fuertes.

3) Contemplar las perspectivas futuras.

4) Señalar metas a corto, mediano y largo plazo.

5) Solucionar los problemas por etapas.

La metodología procuró aplicar la estrategia seguida a los siguientes elementos:³

1) Fundamentación del curriculum (naturaleza y finalidad).

2) Objetivos y perfil del egresado.

3) Estructura y organización académicas.

4) Procedimientos de operación, evaluación y control, incluyendo los recursos necesarios y la utilización de los mismos.

5) Las tareas a corto, mediano y largo plazo que hay que realizar.

Todo esto mediante la consideración de cuatro criterios curriculares que necesariamente se tienen que tomar en cuenta y que deben atravesar todo el diseño:

a) La profesión y su relación con los estudios de maestría.

b) El objeto de estudio del curriculum y su relación con la investigación, la difusión y la enseñanza de la comunicación.

c) Las filosofías educativas, la estructura académica y la organización administrativa de la Universidad Iberoamericana y del Departamento de Comunicación.

d) Los actores del curriculum (principalmente alumnos y profesores).

El reporte se integra de seis capítulos. El primero corresponde a un análisis de la evolución de la maestría en comunicación y al planteamiento general del proyecto. Los cinco restantes responden a los elementos metodológicos identificados anteriormente. Finalmente se agrega un apéndice con los programas (carátulas) de las materias incluidas en el plan.

Notas:

1. Ver, Mier Vega, Luis Javier (coordinador), "Planeación curricular de la licenciatura en comunicación de la Universidad Iberoamericana". Depto. de Comunicación, UIA, fotocopia, México, 1987.

2. La estrategia es la misma que se aplicó al diseño del plan de estudios de licenciatura. Se adaptó de: Hampton, David, "Administración contemporánea". McGraw-Hill, 2a edición, México, 1986.

3. La metodología se adaptó de la propuesta de de Díaz Barriga, Arceo y otros, incluida en la antología de planeación curricular que Francisco Alvarado, del Centro de Didáctica de la UIA, elaboró para el seminario sobre "análisis y evaluación curricular", celebrado en esta institución en junio de 1985.

Capítulo I

UNA VISION GENERAL (DIAGNOSTICO)*

En la historia de la enseñanza e investigación de la comunicación en México, la Universidad Iberoamericana -con sus limitaciones, defectos y contradicciones- ha jugado un papel protagónico. Es esta institución la que en 1960 funda la primera licenciatura en comunicación propiamente dicha, y es también la que crea la primera maestría de esta disciplina 17 años después. Lo anterior no significa negar la importancia histórica de las escuelas de periodismo creadas al mediar el siglo o las aportaciones de otras universidades. Por el contrario, busca subrayar el hecho de que las instituciones de educación superior no se desarrollan de manera aislada ni pueden resolver sus problemas con voluntarismo y buenas intenciones.

La licenciatura en comunicación de la Iberoamericana se crea precisamente a partir de esas escuelas, y cuando las universidades -que generalmente responden con lentitud a los cambios socioculturales- empiezan a darse cuenta de la importancia de los medios masivos de comunicación. Su principio resulta ingenuo al paso de los años, pues no cuestiona la comunicación masiva, sino que busca aprovechar su potencial. En otras palabras, se considera que la preparación de profesionales capaces de comprender la realidad y de manipular técnicamente los medios, bastará para convertir en positivos los efectos negativos -mercantilistas y enajenantes- de la comunicación masiva.

De esa época quedan, sin embargo, la esencia humanista y la preocupación estética que han caracterizado a dicha carrera.

El paso siguiente fue la adopción de las recomendaciones de CIESPAL (tan ahistóricamente criticadas después) y que se tradujeron en cursos de teoría e investigación de la comunicación, que se agregaron a los dedicados al estudio de los lenguajes y de los medios propiamente dichos. A lo anterior se sumaron, en los '70, la preocupación por estudiar la conformación de la sociedad -que surgió principalmente de los estudiantes-, y el afán por hacer de la comunicación un ciencia, que aportaron sobre todo quienes habían realizado estudios de posgrado en los Estados Unidos.

1. ORIGEN Y ARRANQUE.

Es en este contexto que surge, en 1977, la maestría en comunicación de la Universidad Iberoamericana. Su fundación no responde, sin embargo, a un consenso y a un proyecto claro. Más bien es producto de pugnas e intuiciones. Se piensa en la solución antes de identificar bien a bien el problema, como tantas veces ha sucedido en el medio académico de la comunicación.

Su principio es romántico, a pesar de que se quiere científico, lo que explica la fuerza de su impulso y, en parte, su decaimiento posterior.

Su nacimiento, a diferencia de la licenciatura, obedece a inquietudes del claustro profesoral y al pequeño mundo de la investigación de la comunicación, más que a necesidades comunicacionales claramente especificadas. Se piensa que es hora de preparar verdaderos científicos, comunicólogos capaces de resolver -ahora sí- todos los problemas comunicativos de la sociedad.

Su objetivo es preparar investigadores con una

sólida preparación teórica y metodológica, que aporten nuevos conocimientos a la disciplina, que asesoren a quienes toman las decisiones importantes y que dirijan, en suma, la comunicación del país.

El planteamiento, ciertamente, es pretencioso, como corresponde a casi todos los posgrados cuando empiezan. En el fondo se encuentran una fe ciega en la ciencia, una desconfianza básica en los estudios de licenciatura y un desprecio monumental a la práctica profesional.

Los primeros en detectarlo son los propios egresados de la licenciatura en comunicación de la Iberoamericana, quienes al abrirse el posgrado responden con entusiasmo. Buscan, sí, profundizar en los aspectos teóricos y metodológicos, pero pronto se dan cuenta que se les subestima: que no se valora el conocimiento que han adquirido en la práctica profesional; que se les considera malos estudiantes porque trabajan y no pueden dedicarse de tiempo completo al programa, como se hace en los países desarrollados; y que cualquier cosa que digan, hagan o escriban, carece del debido rigor científico.

Como es lógico suponer, esos potenciales maestros optaron por retirarse y dejar al posgrado encerrado en su torre de marfil. En la maestría quedaron únicamente quienes deseaban dedicarse de lleno a la investigación y la docencia (los menos), y quienes buscaban acrecentar su capital curricular y carecían de los medios o de la posibilidad de invertir dos años en una universidad del extranjero (los más).

No se trata con esto de subestimar el esfuerzo de quienes iniciaron la maestría. Para justificarlos bastaría señalar que lo hicieron, y que gracias a ello la investigación y el estudio riguroso de la disciplina recibieron un notable impulso en el Departamento; pues el posgrado no debe verse únicamente como un plan de estudios, sino como un espacio de investigación y difusión, actividades esenciales para una universidad que realmente pretenda serlo.

De lo que se trata es de subrayar el hecho de que los posgrados de nuestros países, con frecuencia responden más al voluntarismo que a un análisis serio de las necesidades reales que se espera satisfacer.

El afán científico no puede desligarse de la realidad concreta sino se quiere caer en los tres ismos que también ha descrito Daniel Prieto: el teoricismo, el tecnicismo y el verbalismo. Y así como hay que reconocer las aportaciones que ha hecho nuestra maestría, también debemos reconocer sus defectos.

Y el primero y más grande de ellos es, a nuestro juicio, el divorcio que se dio entre el medio académico de la comunicación y el medio profesional de la misma; la división tajante y absurda entre teoría y praxis.

Esta separación no sólo ha costado el alejamiento de profesionales sumamente valiosos, sino que ha frenado el avance de la investigación misma, en tanto que se encierra en el cubículo y en las discusiones de salón (perdiendo con ello las aportaciones que en la búsqueda de la especificidad de lo comunicativo pueden hacer los profesionales).

A lo anterior hay que agregar una contradicción más que se dio en la creación de la maestría en comunicación: la pugna entre los humanistas y los funcionalistas, y que significó una discusión rica por una parte, y una división de recursos y esfuerzos por la otra.

El primer plan de estudios fue, pues, el resultado de una negociación que se tradujo en dos especializaciones: comunicación y desarrollo, que impulsó la corriente humanista; y comunicación organizacional, que impulsó la corriente funcionalista. Al interior, sin embargo, las tendencias no eran tan claras como los nombres indican.

La falta de recursos, la diversa formación de los profesores y los distintos proyectos en pugna, trajeron confusión, pero también riqueza temática y de enfoques. Marxistas, semiólogos y humanistas

lucharon entre sí por imponer su proyecto o, al menos, por mantener su espacio, mientras que la línea predominante -que no única- era el funcionalismo.

Esta etapa, que podemos calificar de arranque, se caracterizó por contar con pocos estudiantes y escasa influencia en el medio profesional. Sin embargo, impulsó la investigación, que era prácticamente nula en el Departamento que dio origen al posgrado; trajo una mayor preocupación por el rigor metodológico; y aportó nuevas áreas temáticas, algunas truncadas posteriormente como los estudios demográficos y la comunicación. De ella quedaron las cátedras: "Comunicación Social y Desarrollo Cultural", "La Comunicación en el Pensamiento Contemporáneo" y "Proyectos de Desarrollo y Estrategias de Comunicación", que forman la trilogía básica del actual programa y que constituyen ya una tradición en la maestría.

2. CRISIS Y REPUNTE.

Pasado el entusiasmo inicial, los magros resultados en cuanto a la formación de maestros (que se tradujeron en bajo ingreso de estudiantes, alta deserción y paupérrimo porcentaje de titulados), trajo consigo una crisis interna, la cual se agudizó al combinarse con la mayor crisis que ha vivido el Departamento de Comunicación en toda su historia.

A principios de los '80, la maestría en comunicación no era más que una caricatura de sí misma: el proyecto inicial se había perdido y, junto con él, el espacio de discusión que había sido su principal riqueza. No quedaban más que los esfuerzos de unos pocos profesores, un puñado de alumnos, y una serie de objetivos, cursos y acciones destinados a jugar a las apariencias. Sin ningún rigor y mucho menos ideas claras, el

posgrado simplemente vegetaba.

En 1982 el Departamento inicia un periodo de repunte. Poco a poco se forma un equipo sólido y entusiasta que revitaliza la currícula, la investigación y la difusión. En ese año se reforma radicalmente el posgrado con el objetivo de levantarlo y consolidarlo. No se cuenta prácticamente con nada, a excepción de la trilogía de cátedras mencionadas anteriormente, por lo que es necesario reformular las cosas de prisa.

Lo primero que se plantea es la necesidad de optar por un camino. Se olvida la comunicación organizacional como un fin para centrar la maestría en los problemas de la comunicación para el desarrollo.

Esto, sin embargo, se plantea como el objetivo general que debe orientar el posgrado, tanto en los cursos como en las actividades de investigación y difusión. El nuevo proyecto se interesa fundamentalmente por el papel que le corresponde a la comunicación como facilitadora de las tareas del desarrollo. Ya no se trata de formar maestros en abstracto o de investigar anárquicamente, sino de llevar adelante una proposición.

El proyecto, que recoge varios de los elementos del planteamiento original, empieza por ubicar estratégicamente el nuevo curriculum dentro del Departamento que le da origen, y que se define como el organismo universitario que se dedica al estudio de la comunicación mediante su enseñanza, investigación y difusión. Se retoma así el espíritu de la reforma universitaria que se llevó a cabo en la Iberoamericana entre 1968 y 1974, y que originó la departamentalización.

La maestría pasa así a ser uno de los programas que se ofrecen como resultado del trabajo departamental, con lo que deja de ser una insula separada de la licenciatura. Con el nuevo planteamiento, el posgrado se ve obligado a desprender sus objetivos de los del organismo que le da origen, asegurándose de esta manera un mínimo de congruencia.

La preocupación por estudiar las relaciones entre la comunicación y el desarrollo para contribuir a la transformación de la sociedad, de forma que ésta sea más justa y equitativa, se convierte en una preocupación departamental que guía los programas y las actividades, y no en una graciosa concesión para el posgrado.

La maestría adquiere entonces un valor estratégico: le corresponde ser el espacio de vanguardia del Departamento; el espacio de investigación, difusión y docencia que aporte nuevos problemas y respuestas en la búsqueda de la especificidad comunicativa y en la construcción de las necesarias mediaciones entre la comunicación y los problemas del desarrollo. Nuevos problemas y respuestas que, tras un proceso de decantación, influyan en la licenciatura por una parte, y en el medio profesional por otra.

Más que formar investigadores, docentes y asesores, como en el planteamiento original, se trata de hacer investigación, docencia y difusión conjuntamente con los alumnos, de tal manera que estos se formen como tales al tiempo que el posgrado se convierte en un espacio creativo y productivo, en el que los estudiantes aportan también sus conocimientos y experiencia profesional.

Ciertamente, sin embargo, estamos muy lejos de lograrlo.2

3. SITUACION ACTUAL.

Actualmente, la maestría en comunicación ha logrado un significativo repunte. Cuenta en promedio con 40 estudiantes, cuyo nivel ha ido mejorando en los últimos años; con un equipo de profesores que tiende a estabilizarse; con participación -aunque incipiente- en los proyectos docentes, de investigación y de difusión del Departamento; y con

una creciente incidencia en la licenciatura y en el medio profesional.

Del trabajo desarrollado en los últimos años han surgido cursos, investigaciones, ensayos y proposiciones varias sobre políticas de comunicación, comunicación y cultura, nuevas tecnologías, etc. Desde esta perspectiva el saldo es favorable. Lo es también si se atiende a indicadores administrativos: más alumnos, menor deserción, mayor porcentaje de titulación, mayor número de seminarios y mejor organización de los mismos.

Sin embargo, si atendemos a los fines del proyecto, la realidad no resulta tan favorable. Entre los objetivos del mismo y la cotidianidad existe un abismo que es necesario salvar mediante la elaboración de las necesarias mediaciones. En otras palabras, es necesario tender los puentes para que la maestría en comunicación y desarrollo se convierta en maestría en comunicación que caudyuve desde su campo a solucionar los grandes problemas nacionales, de modo que se logre paulatinamente una sociedad más justa y equitativa.3

Esta es la tarea que estamos emprendiendo en este momento y que nos obliga a plantear una reorganización del posgrado conjuntamente con la licenciatura. Se trata de realizar una reforma estratégica que nos permita cumplir mejor los objetivos trazados a partir de los escasos recursos que tenemos.

Notas:

* Este texto puede considerarse como un primer resultado de la investigación. Con algunas modificaciones fue presentado en la última reunión de posgrados en comunicación de América Latina, celebrada el año pasado en Sao Paulo, Brasil, y

publicado posteriormente en las revista número 16 de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y en la revista número 57 de la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicacao (INTERCOM).

1. cfr. Prieto, Daniel, "Educación y comunicación". En Monografías Ciespal 2. Editorial Belén, Quito, 1983.

2. Lo que en ese punto se describe son las tendencias, lo que buscamos hacer de la maestría. De ninguna manera queremos dar lugar a que se piense que lo hemos logrado satisfactoriamente. Conviene, no obstante, apuntar los objetivos últimos que mueven nuestro trabajo.

3. Esta finalidad se inspira en el Ideario y la filosofía educativa de la UIA. Se trata de un objetivo tendencial y no de una meta medible. El hecho de que un curriculum de estudios poco pueda hacer de manera directa para lograr una sociedad más justa y equitativa no invalida la intención. Por el contrario, apuntarla como finalidad sirve de guía tanto para la planeación como para el quehacer cotidiano. En cuanto a los grandes problemas nacionales hay que decir que la discusión e investigación de los mismos forman parte importante del curriculum, por lo que no hay lugar a considerar el señalamiento como artilugio retórico.

Capítulo II

FUNDAMENTACION

Para fundamentar la maestría en comunicación de la UIA procuramos contestar cuatro preguntas:

- 1) ¿Qué y cómo debe ser de acuerdo con la institución?
- 2) ¿de acuerdo con las necesidades sociales de comunicación?
- 3) ¿Hacia dónde debe orientarse?
- 4) ¿Qué área de estudio debe privilegiar?

1. FUNDAMENTACION INSTITUCIONAL.

Entre el curriculum de licenciatura y el de maestría hay una diferencia de grado que es necesario analizar para aclarar el objeto de la planeación. Se trata de una diferencia cualitativa que determina los fines del curriculum, así como las condiciones que éste debe cumplir.

1.1 Fines.

Al igual que el curriculum de licenciatura, el curriculum de maestría es un medio del que la Universidad Iberoamericana se vale para cumplir con su misión. Como tal, debe contribuir a "la conservación, transmisión y progreso de la cultura superior objetiva"; así como coadyuvar a que los

alumnos se formen como personas creativas, críticas, libres, solidarias, afectivamente integradas y conscientes de la naturaleza de su actuar, de modo que éstas colaboren desde su campo en la solución de los grandes problemas nacionales y en el logro de la justicia social.²

La licenciatura, sin embargo, es un proceso fundamentalmente educativo que busca coadyuvar a que los estudiantes se formen como profesionistas-universitarios mediante la transmisión de valores, conocimientos y habilidades.

La maestría, en cambio, es un proceso educativo y de producción. Como proceso educativo se propone colaborar a que los egresados de la licenciatura se formen como profesores, investigadores y especialistas de alto nivel mediante la ampliación, profundización y perfeccionamiento de sus conocimientos y habilidades, tanto de carácter profesional, como científico y artístico. Como proceso de producción se propone fomentar la generación, apropiación y divulgación de conocimientos mediante la realización de actividades de investigación, difusión y servicio.³

1.2 Condiciones.

Estas dos finalidades educativa y de producción- se encuentran entrelazadas de tal manera que una no puede cumplirse plenamente sin la otra. Difícilmente puede lograrse la formación de maestros si los alumnos no realizan en la institución actividades de investigación, difusión y servicio. Menos puede promoverse la generación, apropiación y divulgación de conocimientos si se carece de universitarios que cuenten con la educación especializada, científica y artística necesarias para hacerlo.

Esta vinculación es la que -en nuestra opinión-

caracteriza al curriculum de maestria, diferenciándolo del de licenciatura. Su análisis permite determinar cuáles son las condiciones que debe cumplir para efectivamente constituir un posgrado. Algunas de ellas son:

1) Los alumnos de maestria cuentan ya con una licenciatura y, en no pocas ocasiones, con basta experiencia. Por consiguiente, su curriculum debe ser considerado como un proceso de reformatión que, a partir de una educación universitaria y profesional, ofrezca oportunidades de aprendizaje que permitan a los estudiantes -según su naturaleza- mejorar y completar su preparación académica.

2) Estas oportunidades de aprendizaje deben fomentar el desarrollo de las facultades intelectuales de los alumnos, así como su conciencia y compromiso social. El desarrollo de estas facultades requiere su continuo ejercicio, por lo que la interacción entre estudiantes y profesores debe centrarse en la realización conjunta de actividades que exijan creatividad, crítica y frecuente toma de decisiones. El desarrollo de la conciencia y el compromiso social, por su parte, requieren que esas actividades se orienten al estudio de los grandes problemas nacionales, así como a la búsqueda de soluciones desde su campo de conocimiento.

3) Estas actividades no son un mero instrumento educativo, como en el caso de la licenciatura, sino que deben dar por resultado productos profesionales, científicos o artísticos, aunque su grado de aportación sea modesto.

4) El objeto de estudio de una maestria se diferencia de su licenciatura correspondiente no por los temas, sino por la forma de acercamiento a los mismos. En el primer caso se trata de un acercamiento científico o artístico (lo que implica rigor y método), por lo que debe centrar su atención en la investigación, sistematización, producción y difusión de conocimientos. En el

segundo, el acercamiento es profesional, por lo que debe centrar su atención en la aprehensión de conocimientos y habilidades aplicables a una área del campo de trabajo. La maestría se orienta al quehacer; la licenciatura, al hacer. >

5) Ese quehacer debe guiarse por un plan de estudios flexible y abierto, de modo que brinde a los estudiantes la oportunidad de superarse académicamente, ya sea especializándose en una campo relacionado con su profesión o completando su preparación mediante el estudio de una área diferente. El plan debe diseñarse a partir de una concepción plural, promover la interdisciplinaridad y vincular la docencia con la investigación, la difusión y el servicio.

2. FUNDAMENTACION SOCIAL.

En el capítulo anterior señalamos que la maestría en comunicación de la Universidad Iberoamericana centra su atención en la relación que hay entre los grandes problemas del país y la comunicación. Esta preocupación, sin embargo, no responde a un mero capricho de quienes participamos en ella, sino que constituye una respuesta a una necesidad social relevante. Un gran número de proyectos -tanto de promoción social como cultural y económica- requieren de la participación de profesionales especializados en comunicación que actúen como facilitadores de las tareas. >

Esta necesidad ha sido señalada en distintos foros. Por ejemplo, una de las principales conclusiones para América Latina de la segunda reunión del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDEC) fue: "Todos los países de la región carecen de personal calificado suficiente en materia de comunicación,

en todos los niveles y esferas de actividad. Por lo tanto, es necesario centrar los esfuerzos en la formación de los recursos humanos para la comunicación al servicio del desarrollo".*

Ahora bien, al nivel de maestría esta necesidad se traduce en la demanda educativa de formar profesores-investigadores especializados en comunicación, de modo que sean capaces de realizar con pericia actividades intelectuales, tanto de producción como de investigación, difusión y servicio. Esta pericia requiere de conocimientos y habilidades de carácter teórico, metodológico y práctico, entendiéndose por ella la capacidad para averiguar cómo son las cosas y cómo deberían ser; saber lo que debe hacerse y determinar cómo se ha de hacer.¹⁰

Esta demanda educativa se encuentra vinculada a una de producción -como vimos anteriormente-, por lo que las actividades de investigación, difusión y servicio deben enfocarse al estudio de los grandes problemas del país y a las aportaciones que la comunicación puede hacer para resolverlos.¹¹

3. ORIENTACION.

Por consiguiente, definimos operacionalmente el currículum de la maestría en comunicación como un proceso educativo y de producción que se propone -desde su campo- facilitar las tareas que promuevan "la participación democrática de la población en los procesos de cambio para solucionar los problemas que la afectan y para mejorar su calidad de vida con justicia, eficacia y eficiencia".¹²

La realización de estas tareas "supone la satisfacción de las necesidades básicas de la población (alimentación, salud, vivienda, educación, trabajo, recreación, etc), así como la

capacidad de crecimiento económico autosostenido, partiendo del respeto a las diferencias culturales y a los derechos humanos". 1.

Ahora bien, las prácticas comunicativas pueden facilitar este proceso mediante la puesta en común de los problemas que aquejan a la población, así como de las soluciones posibles; pueden también fomentar la comprensión de la realidad y promover la participación democrática, dar voz a las demandas concretas de los grupos sociales y colaborar en la realización de proyectos específicos que busquen resolver sus necesidades de salud, trabajo, producción, vivienda, educación, recreación, etcétera.

Por consiguiente, se entiende la maestría en comunicación de la UIA como el espacio donde se estudia el conjunto de prácticas que promueven la participación democrática de la población en la solución de sus problemas, así como las que -insertándose en proyectos específicos que buscan mejorar su calidad de vida- faciliten su realización.

4. AREA DE ESTUDIO.

Estas prácticas comunicativas son muchas y complejas: comunicación educativa, comunicación rural, investigación participativa, divulgación científica, difusión cultural, etc. Cada una de ellas podría constituir fácilmente una maestría, por lo que no pueden abordarse todas. Es necesario encontrar alguna que, por su carácter estratégico, genere efectos en cascada.

Entre todas las posibles, se escogió el análisis, planeación y elaboración de mensajes, como el área de énfasis. No se trata, sin embargo, de una especialidad que excluya otros temas y

prácticas, sino de una vía de acceso a la profundización en el estudio de la comunicación.

La elección se apoyó en las siguientes razones:

1) Por su naturaleza, obliga al estudio de todos los elementos que forman el proceso comunicativo, así como de la realidad en la que y para la cual tendrá lugar.

2) Por su naturaleza también, se relaciona con el uso de lenguajes y medios, con formas de producción y realización, evaluación de efectos, etc.

3) Este énfasis es teórico-práctico, por lo que su estudio vincula la profesión con la disciplina, fomentando con ello el progreso de ambas.

4) La promoción de la participación democrática y la realización de proyectos de desarrollo concretos requieren de la planeación, análisis y elaboración de mensajes, así como de expertos que asesoren y realicen estas actividades.

5) Otras prácticas de comunicación relevantes -como la comunicación educativa, la divulgación científica y la difusión cultural- requieren de conocimientos y habilidades de este tipo.

6) Los alumnos -muchos de ellos egresados de otras licenciaturas- se acercan a la maestría esperando encontrar oportunidades de aprendizaje relacionadas con este énfasis.

7) El Departamento de Comunicación cuenta con los medios, recursos y experiencia para centrar el currículum en este campo.

8) Esta área se encuentra vinculada con la licenciatura de comunicación de la UIA, tanto históricamente como en lo que toca a su nuevo plan de estudios.

Notas:

1. cfr. Ideario de la Universidad Iberoamericana.

2. cfr. Filosofía educativa de la Universidad Iberoamericana. En la primera parte de la investigación se hace una exposición de lo que se entiende por cada uno de estos objetivos (capítulo III). Debe tomarse en cuenta que estos objetivos son tendenciales.

3. Estos fines se apoyan en el análisis de los documentos básicos de la Universidad, así como en lo que competen especialmente al posgrado.

4. Los alumnos de maestría son heterogéneos, por lo que requieren de oportunidades de aprendizaje que tomen en cuenta su experiencia, especialidad, capacidades intelectuales, etcétera.

5. Resulta evidente que intentamos traducir los objetivos humanistas de la educación que caracteriza a la UIA a prácticas concretas.

6. En la licenciatura ciertamente se realizan prácticas, pero los resultados finales no importan mucho, pues de lo que se trata es que aprendan a hacer y a pensar. En maestría los alumnos tienen ya una condición profesional que permite elevar el nivel de exigencia.

7. Se trata de la tendencia. La licenciatura se centra más en el hacer -auxiliándose de las disciplinas-, la maestría en el quehacer -auxiliándose tanto de las disciplinas como de la profesión.

8. Contra lo que pudiera pensarse no se trata de una visión romántica o de un recurso retórico. Hay numerosas instituciones públicas, privadas y civiles que emprenden proyectos de este tipo. La realización de estos proyectos requiere del concurso de la comunicación como actividad facilitadora. Esto supone el estudio de los grandes problemas, la discusión de las distintas concepciones del desarrollo y la investigación de las mediaciones entre las necesidades sociales y las comunicacionales.

9. Citado en el

proyecto sobre formación de recursos humanos en comunicación que un grupo de investigadores realizó para el PIDC, coordinados por Pablo Casares.

10. La referencia a la tarea de investigación es evidente. La idea se tomó del libro "La Universidad Iberoamericana en el contexto de la educación superior contemporánea" (pág. 142), de Ernesto Meneses. UIA, México, 1979.

11. Lo anterior supone la discusión y búsqueda continua de lo que debe entenderse por desarrollo y del papel que a la comunicación corresponde jugar en su logro.

12. La definición fue tomada del proyecto sobre formación de recursos humanos en comunicación citado anteriormente. Esto no eliminó la discusión del concepto al interior de la maestría. Se trata de una mera propuesta guía.

13. *ibidem*.

Capítulo III

OBJETIVOS Y PERFIL DEL EGRESADO

1. OBJETIVOS.

1.1 Educativo.

Condyuvar a que los egresados de licenciatura se formen como profesores-investigadores especializados en comunicación que, conscientes de la realidad nacional y comprometidos con el logro de la justicia social, sean capaces de hallar soluciones en su campo que promuevan cambios que contribuyan a un desarrollo integral y más equitativo del país.

1.2 De producción.

Promover la investigación, difusión y prestación de servicios comunicativos que colaboren a la solución de los problemas del país.

1.3 Estratégicos.

1) Vincular las actividades de docencia y de superación académica con las de investigación, difusión y servicio.

2) Enfatizar en el curriculum el estudio del análisis, planeación y elaboración de mensajes, tanto en las actividades educativas como en las productivas.

1.4 Institucionales.

1) Conservar, transmitir y generar conocimientos sobre la comunicación.

2) Infundir en los estudiantes una actitud humanista.

3) Estudiar la realidad nacional y su relación con la comunicación.

4) Formar maestros en comunicación que satisfagan no solamente las demandas del mercado de trabajo o las necesidades de la sociedad establecida, sino las necesidades de la sociedad por establecer.

5) Auxiliar a la licenciatura en comunicación de la UIA mediante la formación y actualización de profesores, así como por medio de la sistematización e investigación de conocimientos, métodos, formas comunicativas, etc., que puedan coadyuvar a mejorarla.

1.5 Específicos.

1) Coadyuvar a que los estudiantes mejoren y completen su preparación académica mediante la ampliación, profundización y perfeccionamiento de sus conocimientos y habilidades.

2) Ofrecer a los alumnos oportunidades de aprendizaje que fomenten sus facultades intelectuales, así como su conciencia y compromiso social.

3) Realizar actividades educativas que den como

resultado productos profesionales, científicos y artísticos, aunque su grado de aportación sea modesto. 4) Promover el estudio interdisciplinario de la comunicación, especialmente en su relación con el desarrollo.

5) Brindar a los alumnos la oportunidad de vincular los estudios con el trabajo profesional.

6) Ofrecer a los estudiantes la oportunidad de enriquecer su propia educación y de establecer su propio ritmo de trabajo, mediante un plan de estudios abierto y flexible.

2. PERFIL DEL EGREGADO.

2.1 Perfil del candidato.

La maestría en comunicación de la Universidad Iberoamericana está abierta a los egresados de cualquier licenciatura y universidad que demuestren tener el nivel y la capacidad mínima para estudiar un posgrado, así como una inquietud fundamentada por colaborar en la solución de los problemas del país mediante las prácticas comunicativas.

Esto, porque el curriculum se contempla como un proceso de reformatión que coadyuva a mejorar o completar la preparación académica de los egresados de licenciatura.

La maestría parte del principio de que sus estudiantes son heterogéneos, por lo que ha sido planeada para que responda -en lo posible y dentro de sus objetivos- a las necesidades de los alumnos.

Para ingresar se requiere entrevistarse con uno de los asesores y presentar los exámenes necesarios para determinar los cursos propedéuticos que (en su caso) deberá cursar.

El curriculum ha sido planeado para alumnos de

medio tiempo, pero admite otros ritmos de trabajo.

De medio tiempo, el curriculum se integra de cinco semestres. De tiempo completo, de un minimo de tres. De tiempo parcial, de un minimo de seis y de un máximo de ocho.2

2.2 Perfil del egresado.

La maestría en comunicación aspira a formar profesores-investigadores especializados en comunicación.3

Como tales, se espera que sean capaces de realizar de manera responsable y comprometida con el logro de la justicia social, las siguientes actividades:

1) Planear y administrar los programas de comunicación que requieran los proyectos de desarrollo.

2) Analizar críticamente mensajes, así como el proceso comunicativo y el contexto sociocultural donde se insertan.

3) Elaborar y coordinar la producción de mensajes.

4) Coordinar y realizar con rigor y método actividades de investigación, generación y apropiación de conocimientos sobre la comunicación.

5) Difundir la cultura y la ciencia mediante el uso de los lenguajes y medios de comunicación.

6) Impartir docencia especializada y coordinar programas educativos sobre la comunicación.

7) Promover en los demás los valores de la Universidad Iberoamericana.

Notas:

1. Para mayores detalles, ver el capítulo V.
2. ibidem.
3. Se trata de una aspiración. Hay que recordar que el curriculum de maestría es un proceso de reformatión que opera según la naturaleza, conocimientos y experiencias de los distintos alumnos. Evidentemente no esperamos que todas las características apuntadas se den en cada estudiante de manera significativa, pero sí que cada alumno sea capaz de realizar aquellas que sean más acordes con sus inquietudes, conocimientos, experiencia y aptitudes.

Capítulo IV

ESTRUCTURA Y ORGANIZACION ACADEMICAS

Para planear los seminarios que integran el curriculum se elaboró un diagrama compuesto por una estructura y una organización, donde una es la trama y la otra la urdimbre que forman la tela.

1. ESTRUCTURA.

La estructura del curriculum de la maestria en comunicación se integra por cuatro troncos ofertores. Cada uno de ellos tiene su objetivo, enfatiza un modo de trabajo y profundiza en un campo del conocimiento.

Estos troncos son:

1. Reflexión teórica.
2. Métodos e investigación.
3. Análisis y planeación de la comunicación.
4. Elaboración de mensajes.

1.1 Reflexión teórica.

Tiene por objetivo profundizar en el estudio de las teorías de la comunicación y la relación de éstas con la cultura y otras disciplinas. Su modo de trabajo es el seminario teórico y busca en cada uno de los casos la producción de ensayos, monografías, antologías, artículos especializados, reseñas críticas y estudios comparativos.

Los seminarios que integran este tronco son generalmente de cuatro créditos y suponen dos horas de clase y entre dos y cuatro horas de estudio adicional:

Los seminarios que integran este tronco son:

Propedéutico:

1. Introducción a la teoría de la comunicación.

).

Obligatorios:

2. Teoría de la comunicación I.
3. Teoría de la comunicación II.

Optativos (ejemplos):

4. Comunicación social y desarrollo cultural I.
5. Comunicación social y desarrollo cultural II.
6. Comunicación y cultura I.
7. Comunicación y cultura II.
8. Comunicación, una perspectiva interdisciplinaria.
9. La comunicación en el pensamiento contemporáneo.
10. Seminario monográfico de teoría de la comunicación.
11. Seminarios interdisciplinarios que se realicen con otros posgrados y que correspondan a este tronco.
12. Seminarios teóricos que ofrezcan otros

instituciones, que resulten acordes con los fines de la maestría.

1.2 Métodos e investigación.

Tiene por objetivo profundizar en el estudio metodológico de la investigación de la comunicación, en sus problemas epistemológicos y en sus técnicas. Su modo de trabajo es el seminario de investigación y busca en cada uno de los casos la aplicación de lo aprendido en la realización de investigaciones.

Los seminarios que integran este tronco son:

Propedéutico:

1. Introducción a la investigación en las ciencias sociales.
2. Matemáticas y estadística.

Obligatorios:

3. Investigación de la comunicación I.
4. Investigación de la comunicación II.
5. Seminario de investigación departamental.
6. Seminario de tesis.

Optativos (ejemplos):

7. Investigación cuantitativa de la comunicación I.
8. Investigación cuantitativa de la comunicación II.
9. Investigación cualitativa de la comunicación I.
10. Investigación cualitativa de la comunicación II.
11. Investigación para la producción.
12. Problemas epistemológicos de la comunicación.

13. Seminario de investigación interdisciplinarios.

14. Seminarios de investigación de otros posgrados.

1.3 Análisis y planeación de la comunicación.

Tiene por objetivo profundizar en el análisis de la comunicación y en el estudio de su planeación. Su modo de trabajo es el taller crítico, y busca en cada uno de los casos aplicar lo aprendido en la realización de análisis y en la planeación de proyectos.

Los seminarios que integran este tronco son:

Propedéutico:

1. Análisis de los medios de comunicación.

Obligatorios:

2. Análisis y planeación de la comunicación I.
3. Análisis y planeación de la comunicación II.

Optativos (ejemplos):

4. Proyectos de desarrollo y estrategias de comunicación I.
5. Proyectos de desarrollo y estrategias de comunicación II.
6. Comunicación institucional.
7. Análisis de mensajes I.
8. Análisis de mensajes II.
9. Análisis del discurso I.
10. Análisis del discurso II.
11. Estética y retórica de la comunicación.
12. Seminarios interdisciplinarios de análisis y planeación.
13. Seminarios de análisis y planeación de otros

13. Seminarios de análisis y planeación de otros posgrados.

1.4 Elaboración de mensajes.

Tiene por objetivo profundizar en el estudio de los lenguajes y en las técnicas de la elaboración de los mensajes, enfocándose sobre todo al periodismo y al guionismo. Su modo de trabajo es el taller y busca en cada uno de los casos aplicar lo aprendido en la elaboración y producción de mensajes.

Los seminarios que integran este tronco son:

Propedéutico:

1. Taller de comunicación.

Obligatorios:

2. Elaboración de mensajes I.
3. Elaboración de mensajes II.

Optativos:

4. Seminario de periodismo I.
5. Seminario de periodismo II.
6. Guionismo y producción radiofónica I.
7. Guionismo y producción radiofónica II.
8. Guionismo y producción audiovisual I.
9. Guionismo y producción audiovisual II.
10. Divulgación científica y difusión cultural.
11. Seminarios interdisciplinarios de elaboración de mensajes.
12. Seminarios pertinentes que ofrezcan otros posgrados.

2. ORGANIZACION.

De acuerdo con el reglamento de estudios de posgrado de la UIA, la maestría en comunicación se integra de 100 créditos. De ellos, 80 corresponden a seminarios y 20 al trabajo de tesis.

La organización se compone de cuatro áreas: propedéutica, básica, mayor y terminal.

2.1 Area propedéutica.

El objetivo de esta área es proporcionar a los estudiantes que carecen de los conocimientos mínimos necesarios para estudiar la maestría en comunicación, la oportunidad de ingresar al curriculum mediante el estudio de seminarios introductorios.

Estos tienen como finalidad homogeneizar hasta donde es posible el nivel de conocimientos comunicativos de los estudiantes o, cuando menos, asegurar un mínimo de ellos.

Los seminarios propedéuticos son cinco y se desprenden de los troncos que forman la organización curricular y que vimos en el punto anterior, suponen dos horas de clase a la semana y dos horas de estudio adicional. Ninguno da valor en créditos.

Cada uno de ellos ha sido diseñado de tal manera que pueda estudiarse de manera abierta y aprobarse mediante un examen. El plazo para hacerlo será de un año a partir de la primera inscripción.

2.2 Area básica.

El objetivo del área básica es proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para cursar el área mayor, que es la que propiamente confiere la calidad de maestro en comunicación.

Se integra de 32 créditos obligatorios divididos en ocho seminarios altamente estructurados que se desprenden de los troncos que forman la estructura.

Cada uno de ellos tiene un valor de cuatro créditos, supone dos horas de clase a la semana y entre dos y cuatro horas de estudio adicional.

El lapso promedio para aprobarlos es de un año, tráandose de alumnos de medio tiempo. Los estudiantes de tiempo parcial tendrán un máximo de dos años para hacerlo. Los estudiantes de tiempo completo podrán hacerlo en un semestre en caso de que se ofrezcan todos en el mismo periodo.

2.3 Area mayor.

Esta área forma la columna vertebral del curriculum, y se compone de los seminarios que justifican académicamente el título.

Se integra de 32 créditos que se eligen entre la oferta de cada uno de los troncos que forman la estructura. Cada uno de ellos corresponde a un ámbito de estudio, por lo que los estudiantes podrán, debidamente asesorados, profundizar más en un campo que en otro, cursar seminarios interdisciplinarios o de otros posgrados.

Los alumnos deberán cursar un mínimo de cuatro créditos (un seminario) en cada tronco, y un máximo de 16 (sin contar los seminarios obligatorios).

Los seminarios optativos especificados en la estructura son de cuatro créditos, suponen dos horas de clase y tres o cuatro horas de estudio

adicional por semana.

Esta área ha sido planeada para cursarse durante el segundo año, tratándose de estudiantes de medio tiempo. Los alumnos de tiempo completo podrán combinarla con el área básica si cuentan con la autorización de su asesor. Los estudiantes de tiempo parcial tendrán un plazo máximo de dos años para cubrirla en su totalidad.

2.4 Area terminal.

Esta área busca integrar los estudios mediante dos seminarios obligatorios que se cursarán el último semestre. El primero es un seminario de investigación departamental en el que el alumno trabajará en un proyecto que se esté realizando y que sea de su interés. El segundo es un seminario de tesis que preferentemente se desprenderá del anterior, y en el que el estudiante deberá elaborar su planteamiento de opción terminal.

El seminario departamental es de ocho créditos, supone cuatro horas de clase y seis u ocho horas de trabajo adicional por semana.

El seminario de tesis es de ocho créditos, supone dos horas de clase y ocho de trabajo personal.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 1 DE CURRICULUM IDEAL

SEMESTRE CURSOS Y SEMINARIOS

=====

PROPEDEUTICO

Introduccion a la Teoria de la Comunicacion.

Introduccion a la Investigacion en Ciencias Sociales.

Matematicas y Estadistica.

Analisis de los Medios de Comunicacion.

Taller de Comunicacion.

=====

1

Teoria de la Comunicacion I.

Investigacion de la Comunicacion I.

Analisis y Planeacion de la Comunicacion I.

Elaboracion de Mensajes I.

2

Teoria de la Comunicacion II.*

Investigacion de la Comunicacion II.*

Analisis y Planeacion de la Comunicacion II.*

Elaboracion de Mensajes II.

3

Seminario Monografico de Teoria de la Comunicacion I.

Teoria de Sistemas I.

Investigacion para la Produccion.

Guionismo y Produccion Audiovisual I.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 1 DE CURRICULUM IDEAL

PAGINA # 2

SEMESTRE

CURSOS Y SEMINARIOS

4	La Comunicacion en el Pensamiento Contemporaneo. Teoria de Sistemas II. Investigacion Cuantitativa de la Comunicacion I.* Guionismo y Produccion Radiofonica I.
5	Seminario de Investigacion Departamental. Seminario de Tesis

* Esta materia tiene como prerrequisito la materia del mismo nombre con numero romano I.

NOTA: Las materias de los semestres 1 y 2 (area basica) son obligatorias. Las materias de los semestres 3 y 4 (area mayor) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del tema de tesis. Los seminarios de Investigacion Departamental y de Tesis (area terminal) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del proyecto de tesis.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 2 DE CURRICULUM IDEAL

SEMESTRE CURSOS Y SEMINARIOS

=====

PROPEDEUTICO

Introduccion a la Teoria de la Comunicacion.

Introduccion a la Investigacion en Ciencias Sociales.

Matematicas y Estadistica.

Analisis de los Medios de Comunicacion.

Taller de Comunicacion.

=====

1 Teoria de la Comunicacion I.

Investigacion de la Comunicacion I.

Analisis y Planeacion de la Comunicacion I.

Elaboracion de Mensajes I.

2 Teoria de la Comunicacion II.*

Investigacion de la Comunicacion II.*

Analisis y Planeacion de la Comunicacion II.*

Elaboracion de Mensajes II.

3 Comunicacion y Cultura I.

Investigacion Cualitativa de la Comunicacion I.

Analisis de Mensajes I.

Seminario de Periodismo I.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 2 DE CURRICULUM IDEAL

PAGINA # 2

SEMESTRE	CURSOS Y SEMINARIOS
4	Comunicacion y Cultura II. Investigacion Cualitativa de la Comunicacion II. Analisis de Mensajes II. Seminario de Periodismo II.
5	Seminario de Investigacion Departamental. Seminario de Tesis

* Esta materia tiene como prerrequisito la materia del mismo nombre con numero romano I.

NOTA: Las materias de los semestres 1 y 2 (area basica) son obligatorias. Las materias de los semestres 3 y 4 (area mayor) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del tema de tesis. Los seminarios de Investigacion Departamental y de Tesis (area terminal) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del proyecto de tesis.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 3 DE CURRICULUM IDEAL

SEMESTRE CURSOS Y SEMINARIOS

=====

PROPEDEUTICO

Introduccion a la Teoria de la Comunicacion.

Introduccion a la Investigacion en Ciencias Sociales.

Matematicas y Estadistica.

Analisis de los Medios de Comunicacion.

Taller de Comunicacion.

=====

1 Teoria de la Comunicacion I.

Investigacion de la Comunicacion I.

Analisis y Planeacion de la Comunicacion I.

Elaboracion de Mensajes I.

2 Teoria de la Comunicacion II.*

Investigacion de la Comunicacion II.*

Analisis y Planeacion de la Comunicacion II.*

Elaboracion de Mensajes II.

3 Teoria Sociologica

Proyectos de Desarrollo y Estrategias de Comunicacion I.

Analisis de Mensajes I.

Seminario de Periodismo I.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 3 DE CURRICULUM IDEAL

PAGINA # 2

SEMESTRE	CURSOS Y SEMINARIOS
4	Introduccion a la Antropologia. Proyectos de Desarrollo y Estrategias de Comunicacion II. Investigacion Cualitativa de la Comunicacion I. Analisis Politico de la Comunicacion.
5	Seminario de Investigacion Departamental. Seminario de Tesis

* Esta materia tiene como prerrequisito la materia del mismo nombre con numero romano I.

NOTA: Las materias de los semestres 1 y 2 (area basica) son obligatorias. Las materias de los semestres 3 y 4 (area mayor) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del tema de tesis. Los seminarios de Investigacion Departamental y de Tesis (area terminal) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del proyecto de tesis.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 4 DE CURRICULUM IDEAL

SEMESTRE

CURSOS Y SEMINARIOS

=====

PROPEDEUTICO

Introduccion a la Teoria de la Comunicacion.

Introduccion a la Investigacion en Ciencias Sociales.

Matematicas y Estadistica.

Analisis de los Medios de Comunicacion.

Taller de Comunicacion.

=====

1 Teoria de la Comunicacion I.

Investigacion de la Comunicacion I.

Analisis y Planeacion de la Comunicacion I.

Elaboracion de Mensajes I.

2 Teoria de la Comunicacion II.*

Investigacion de la Comunicacion II.*

Analisis y Planeacion de la Comunicacion II.*

Elaboracion de Mensajes II.

3 Comunicacion y Cultura I.

Comunicacion y Educacion I.

Analisis del Discurso I.

Guionismo y Produccion Audiovisual I.

PROGRAMA DE MAESTRIA EN COMUNICACION

EJEMPLO # 4 DE CURRICULUM IDEAL

PAGINA # 2

SEMESTRE	CURSOS Y SEMINARIOS
4	Comunicacion y Cultura II. Comunicacion y Educacion II. Recepcion Critica Comunicacion y Promocion Social.
5	Seminario de Investigacion Departamental. Seminario de Tesis

* Esta materia tiene como prerrequisito la materia del mismo nombre con numero romano I.

NOTA: Las materias de los semestres 1 y 2 (area basica) son obligatorias. Las materias de los semestres 3 y 4 (area mayor) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del tema de tesis. Los seminarios de Investigacion Departamental y de Tesis (area terminal) se deciden, por acuerdo entre el estudiante y el asesor, en funcion del proyecto de tesis.

=====

CURRICULUM IDEAL

=====

PRIMER SEMESTRE

2376	CM102	TEORIA DE LA COMUNICACION I
5883	LT120	TALLER DE EXPRESION Y COMP. ESCR. I
2276	LT259	DISCURSO LITERARIO I
5350	FL386	FILOSOFIA DEL HOMBRE
2758	FL251	FILOSOFIA SOCIAL
2295	HT325	HISTORIA DE MEXICO CONTEMPORANEO
5931	PL211	PENSAMIENTO FILOSOFICO EN MEX. ACTUAL

QUINTO SEMESTRE

5476	CM401	TEORIA DE LA COMUNICACION V
5460	CM497	INVESTIGACION DE LA COMUNICACION IV
2258	FL319	TEORIA DEL CONOCIMIENTO
5470	CM237	MATERIAS DE SUBSISTEMA
5458	CM106	COMUNICACION DE INSTITUCIONES I
		SEMIOLOGIA Y/O DOS MEDIOS (EN CASO DE NO HABERLAS CURSADO, SE SUGIERE EN ES SEMESTRE).

SEGUNDO SEMESTRE

2700	CM203	TEORIA DE LA COMUNICACION II
2381	CM308	INVESTIGACION DE LA COMUNICACION I
5934	LT121	TALLER DE EXP. Y COMP. ESCRITA II
2822	LT260	DISCURSO LITERARIO II
5491	SO116	INTRODUCCION AL PENS. SOCIOLOGICO
2223	AM202	SOC. Y ANTROPOLOGIA SOCIAL EN MEXICO
5937	LT210	LINGUISTICA

SEXTO SEMESTRE

5478	CM402	TEORIA DE LA COMUNICACION VI
2284	LT261	MATERIAS DE SUBSISTEMA
		DISCURSO LITERARIO III
		MATERIA OPTATIVA

TERCER SEMESTRE

5473	CM302	TEORIA DE LA COMUNICACION III
2701	CM304	INVESTIGACION DE LA COMUNICACION II
5458	CM106	SEMIOLOGIA Y/O DOS MEDIOS Y/O
5930	DL104	DERECHO Y COMUNICACION COLECTIVA
5493	SO118	TEORIA SOCIOLOGICA I

SEPTIMO SEMESTRE

2823	LT262	MATERIAS DE SUBSISTEMA
5876	PS107	DOS MATERIAS DE INTEGRACION
5894	PS277	DISCURSO LITERARIO IV
		MATERIA OPTATIVA
		ORGANIZACION FAMILIAR Y/O
		PSICOLOGIA DE LA COMUNIDAD

CUARTO SEMESTRE

5480	CM303	TEORIA DE LA COMUNICACION IV
2492	PS117	PSICOLOGIA SOCIAL
2412	CM476	INVESTIGACION DE LA COMUNICACION III
5458	CM106	SEMIOLOGIA Y/O DOS MEDIOS Y/O
5930	DL104	DERECHO Y COMUNICACION COLECTIVA
5561	SO303	SOCIOLOGIA LATINOAMERICANA
5935	SO210	CORRIENTES SOCIOLOGICAS CONTEMPORANEAS

OCTAVO SEMESTRE

5876	PS107	MATERIAS DE SUBSISTEMA
5894	PS277	TRES MATERIAS DE INTEGRACION
		ORGANIZACION FAMILIAR Y/O
		PSICOLOGIA DE LA COMUNIDAD