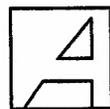


**Felafacs**  
Federación Latinoamericana  
de Facultades  
de Comunicación Social



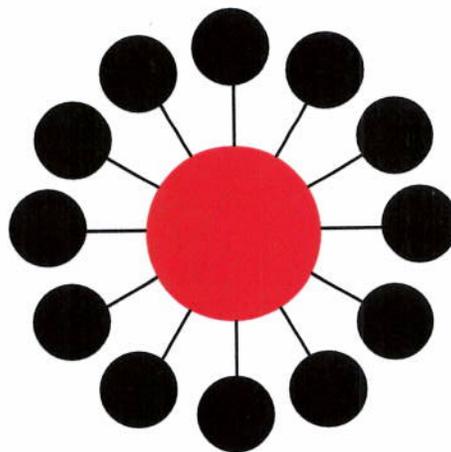
Konrad  
-Adenauer-  
Stiftung

200  
A I  
0141



## III REUNIÓN NACIONAL DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

---



# CONEICC

---

Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

*Coordinación Académica:*

DR. RAÚL FUENTES NAVARRO

*Coordinación Operativa:*

MTRA. MA. MARTHA COLLIGNON

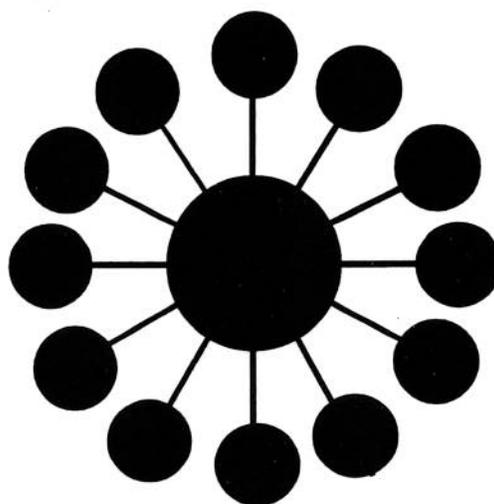
*Coordinación en Sede:*

MTRA. CECILIA CERVANTES BARBA

MTRO. FRANCISCO DE J. ACEVES GONZÁLEZ

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
*Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades*

Guadalajara  
14 y 15 de Marzo del 2000



# **CONEICC**

---

Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

## **TERCERA REUNIÓN DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN**

Universidad de Guadalajara  
Guadalajara, Jalisco  
14 y 15 de marzo de 2000



Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

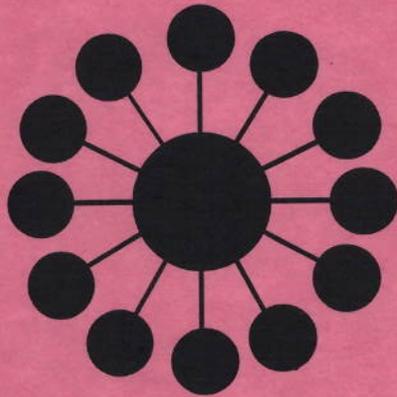
---

## **3ª. REUNIÓN DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN**

### **CONTENIDO DE LA CARPETA**

Universidad de Guadalajara  
Guadalajara, Jalisco  
14 y 15 de marzo de 2000

- **Convocatoria** a la 3ª. Reunión de Posgrados e Investigación
- **Propuesta** de programa de trabajo
- **Relatoría** de la 2ª. Reunión de Posgrados e Investigación
- **Cuadro** de información sobre posgrados
- **Directorio** de participantes



**CONEICC**

---

Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

CONVOCATORIA A LA TERCERA REUNION  
DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN  
EN COMUNICACIÓN



Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

---

## **3ª. REUNIÓN DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN**

### **CONVOCATORIA**

Universidad de Guadalajara  
Guadalajara, Jalisco  
14 y 15 de marzo de 2000

A nombre del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), le extiendo una cordial invitación a participar en la III Reunión Nacional de Posgrados e Investigación en Comunicación que se realizará el 14 y 15 de marzo del presente año en el Hotel Villa Primavera de la Universidad de Guadalajara, Jalisco.

Por acuerdo de la Asamblea del Consejo, la coordinación académica de la reunión se encuentra a cargo del Dr. Raúl Fuentes y la operativa de la Mtra. Ma. Martha Collignon, por lo que de aceptar nuestra invitación le agradeceré se comunique con el Dr. Fuentes para realizar el correspondiente registro y le haga llegar la información sobre objetivos, mecánica del evento y documentos a analizar. Del mismo modo le agradeceré comunicarse con la Mtra. Collignon para informarle sobre fechas y horarios de llegada y salida, con la finalidad de asegurar las reservaciones en el hotel y otros asuntos relativos a la logística del evento.

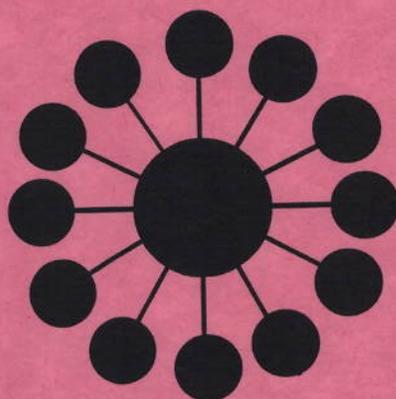
La reunión se desarrollará a partir del martes 14 a las 10:00 horas y concluirá el miércoles 15 a las 14:00 hrs. El CONEICC cubrirá los gastos de dos noches de hospedaje, dos desayunos y una cena, y la Universidad de Guadalajara ofrecerá la comida de los dos días de trabajo.

Esperamos contar con su valiosa participación en este evento que permitirá dar continuidad al trabajo iniciado en octubre de 1999.

Reciba un saludo cordial.

Atentamente,

Mtra. Cecilia Cervantes Barba  
Presidenta



**CONEICC**

---

Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

PROPUESTA DE PROGRAMA DE TRABAJO

## **TERCERA REUNIÓN NACIONAL DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN**

Universidad de Guadalajara  
Hotel Villa Primavera  
14 y 15 de marzo de 2000

### **PROPUESTA DE PROGRAMA DE TRABAJO:**

#### **PRIMERA SESIÓN:** Martes 14 de marzo, 10-14 horas.

- Inauguración.
- Presentación de los participantes y de la carpeta de trabajo.
- Programa de trabajo y objetivos de la reunión.
- Consolidación e interpretación de la información recabada.
- Discusión sobre los contextos de desarrollo de los posgrados.

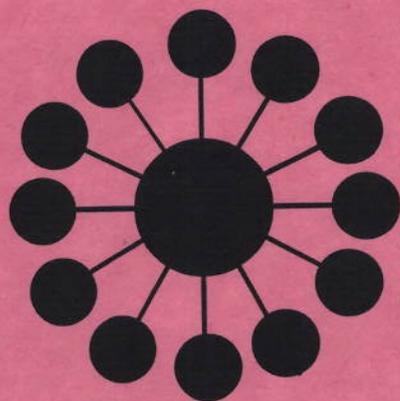
#### **SEGUNDA SESIÓN:** Martes 14 de marzo, 16-19.30 horas.

- Priorización de propuestas conjuntas por tipos de programas:
  - Posgrados en el Padrón de Excelencia de CONACyT
  - Posgrados en operación, independientes de CONACyT
  - Posgrados en reformulación y/o en preparación
- Estrategias de desarrollo del campo académico desde los posgrados.

#### **TERCERA SESIÓN:** Miércoles 15 de marzo, 10-14 horas.

- Propuestas integrables al plan de trabajo del Comité Coordinador 2000-2003 del CONEICC. Comisiones de trabajo.
- Propuestas al CONACyT y otros organismos. Comisiones de trabajo.
- Propuestas de cooperación interinstitucional.
- Clausura.

Dr. Raúl Fuentes Navarro, Coordinador Académico  
Mtra. Ma. Martha Collignon Goríbar, Coordinadora Operativa



**CONEICC**

---

Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

RELATORIA DE LA SEGUNDA REUNION  
DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN



## SEGUNDA REUNION NACIONAL DE POSGRADOS E INVESTIGACIÓN DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

5 y 6 de octubre de 1999

CONEICC

Raúl Fuentes. Coordinador académico

### RELATORIA

Ma. Martha Collignon  
(Coordinadora Operativa)  
Noviembre de 1999

#### ANTECEDENTES:

La realización de la Segunda Reunión de Posgrados e Investigación de Comunicación, fue la respuesta que el CONEICC dio a la necesidad de actualizar (dado que la Primera Reunión fue celebrada hace 10 años – 1989-) el diálogo y el conocimiento de la oferta de programas de posgrado de comunicación en México, el papel de la investigación en ellos y en la formación de sus estudiantes, así como la relación, a finales del milenio, con otras áreas de conocimiento de las ciencias sociales y de las humanidades.

Para la realización de esta reunión fueron convocados 32 programas de posgrado; se pudo establecer contacto con 30 de ellos y confirmaron sus asistencia a la Segunda Reunión, 28 de ellos.

#### OBJETIVO DE LA REUNION:

El objetivo de esta Segunda Reunión fue reunir a todos los programas de posgrado en México, a través de sus responsables (coordinadores, directores) y establecer vínculos entre aquellos que aparecieron en el escenario hace menos de diez años, estrechar relaciones entre aquellos que ya estaban en él, y proponer proyecciones de los programas en redes de relación y colaboración.

#### PRIMER DIA DE TRABAJO: 5 DE OCTUBRE DE 1999

La Segunda Reunión se inició con tres actividades:

- 1) presentación e introducción a la reunión por parte del Dr. Raúl Fuentes, coordinador académico de la misma, con énfasis en los objetivos y metodología de trabajo;
- 2) distribución del material correspondiente a cada uno de los posgrados asistentes<sup>1</sup>;
- 3) presentación personal de cada responsable y de cada programa.

---

<sup>1</sup> Se solicitó a cada responsable de programa de posgrado que entregara material del mismo a todos los participantes

Se presentaron los asistentes y sus respectivos programas de posgrado<sup>2</sup>:

- Margarita Maass. Maestría en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, plantel Santa Fe.
- Yolanda López (en representación de Alma Silvia López). Maestría en Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Carlos Enrique Orozco. Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura, del ITESO.
- Emma López y José Mario Martínez. Posgrado Latinoamericano en Comunicación y Tecnología Educativas: especialidad y maestría, del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE).
- Ivonne Raso. Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer A.C.(CADEC), presentó las tres maestrías: en Comunicación Institucional, en Publicidad, en Comunicación Política.
- Bernardo Russi. Maestría en Guionismo, de la Universidad Intercontinental.
- José Rafael López. Maestría en Comunicación del ITESM, campus Monterrey.
- José de Jesús González Almaguer. Presentó los tres programas de posgrado que tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Anáhuac: Maestría en Planeación Estratégica de Medios, Maestría en Comunicaciones Corporativas, y Maestría en Mercadotecnia y Publicidad.
- Benjamín Mayer. Maestría en Semiótica, de la Escuela de Diseño de la Universidad Anáhuac.
- Margarita Maas (en representación de Enrique Esquivel) presentó la Maestría en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, plantel Laguna.
- José Jaime Pacheco. Maestría en Comunicación de la Universidad Regiomontana.
- Anajilda Mondaca. Maestría en Tecnologías y Estrategia de la Comunicación de la Universidad de Occidente.
- Elizabeth Bonilla. Maestría en Comunicación de la Universidad Veracruzana.
- Silvia Gutiérrez. Maestría en Comunicación y Política de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco.
- Josefina Vilar. Doctorado en Ciencias Sociales, Area de concentración en Comunicación y Política, de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco.
- Cecilia Cervantes. Especialidad en Comunicación Social de la Maestría en Ciencias Sociales, de la Universidad de Guadalajara.
- Ma. Elena Hernández. Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara.
- Raúl Fuentes. Doctorado en Educación, área de Comunicación y Educación de la Universidad de Guadalajara.
- Luis Ernesto Chávez. Maestría en Publicidad de la Universidad del Bajío.
- Javier Arzuaga. Doctorado en Ciencias Sociales con área terminal en Comunicación (en proceso de aprobación) de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM).

#### COMENTARIOS A LA RONDA DE PRESENTACIONES:

- 1) **conocimiento** y reconocimiento: oportunidad para conocer la oferta de posgrados a nivel nacional; reconocimiento de tendencias en las ofertas y la vinculación de la comunicación con otras áreas de conocimiento (ciencias sociales, humanidades); se reconoció cierta madurez en el campo de los posgrados;
- 2) **variedad** de enfoques y propuestas, riqueza: la variedad constituye riqueza de las opciones, más que una amenaza; existe riqueza no sólo en el enfoque disciplinar (teórico) sino en lo metodológico, lo pedagógico, lo tecnológico, lo epistemológico;
- 3) **problemas** comunes: financiamiento, eficiencia terminal (titulación);
- 4) **inquietudes** comunes: el papel de CONACYT en instituciones públicas y privadas; rol de la SEP; padrones de excelencia; criterios y patrones de evaluación para el mantenimiento (u obtención) de altos niveles de calidad académica; niveles de crecimiento de ciertos programas mientras que otros tienen pocas posibilidades de lograrlo por escasez de recursos (humanos, infraestructura, financiamiento sostenido, etc.); desniveles entre posgrados de instituciones grandes y las pequeñas;

---

<sup>2</sup> El material fue recibido por todos los participantes; con él se pretende actualizar la información de cada programa

- 5) **oportunidades:** para el intercambio de experiencias y avances; para interactuar y revalorar las fortalezas y debilidades que se tienen como posgrados e instituciones; el futuro de las maestrías está relacionado con los doctorados actuales;
- 6) **propuestas para trabajo futuro:** censo a nivel de perspectivas teóricas; trabajo continuo para definir líneas de trabajo en cuanto a financiamientos, proyectos comunes, etc.; elaborar un programa de trabajo conjunto, frecuente y permanente; presentar los problemas reales, las situaciones difíciles o conflictivas; búsqueda conjunta de alternativas de solución o resolución de conflictos; conocer las posibilidades de intercambio de profesores de acuerdo a sus proyectos de investigación; imaginar redes de interacción más flexibles; asesores y tutores en redes; comparar los resultados de la Primera Reunión de Posgrados con los de ésta para realizar un diagnóstico de acuerdo a las tendencias identificadas; revisar la pertinencia de una definición de estándares del posgrado, desde el Coneicc.

Para la organización y desarrollo del segundo bloque de trabajo, Raúl Fuentes

- a) explicó la metodología de trabajo propuesta: formar dos subgrupos, organizados de acuerdo a la orientación del programa: en el primer sub-grupo estarían aquellos con orientación a la especialización, y en el segundo, los que tienen orientación a la formación de investigadores.
- b) procedió a la organización y recordó que el objetivo de este trabajo consistiría en lograr la actualización y precisión de un diagnóstico colectivo sobre las condiciones actuales y previsibles de desarrollo de los posgrados en comunicación en términos de mercado. Para ello se propuso formar núcleos de discusión y diálogo, para elaborar de manera conjunta un mapa que permita identificar los puntos clave de atención y las posibles líneas de trabajo que podrían irse estableciendo en las condiciones actuales.

Se organizaron los dos sub-grupos, se designaron coordinadores y relatores de cada uno. Los grupos quedaron conformados de la siguiente manera:

GRUPO 1: posgrados orientados a la especialización profesional: ITESO, ILCE, Cadec, UIC, Universidad Anáhuac (posgrados de la Escuela de Comunicación), Universidad Regiomontana, Universidad de Occidente, Universidad del Bajío, Universidad Autónoma de Nuevo León.

GRUPO 2: posgrados orientados a la formación de investigadores: UIA Santa Fe, ITESM, campus Monterrey, Universidad Anáhuac (posgrado de la Escuela de Diseño), Universidad Veracruzana, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Universidad de Guadalajara, Universidad Autónoma del Estado de México.

Después del trabajo en grupos, se realizó una sesión plenaria para poner en común, a través de las **relatorías**, las síntesis de condiciones y tendencias de los programas de posgrado:

GRUPO 1: programas con orientación a la especialización profesional. Coordinador: Bernardo Russi. Relatora: Anajilda Mondaca. Este grupo presentó su relatoría en seis puntos:

1. las características de los posgrados para responder a necesidades y demandas sociales: esta respuesta debería hacerse de acuerdo a las necesidades regionales y locales así como a las orientaciones propias de la institución que ampara el programa.
2. el sentido de los posgrados: responder por un lado a las deficiencias de formación de las licenciaturas y por otro, la necesidad de avanzar académicamente y mejorar los ingresos económicos.
3. necesidad de realizar un diagnóstico que fundamente el perfil del maestro en comunicación
4. el crecimiento de la oferta de programas de posgrados cuestiona si es una respuesta al crecimiento en las licenciaturas o a una necesidad social
5. el problema del bajo índice de titulación cuestiona la relación deseada entre investigación y profesionalización (a través del posgrado); la falta de marcos teóricos sólidos y de producción académica debilita los programas. Propusieron apoyar la realización de

investigaciones aunque en este tipo de programas no sea la parte medular y ofrecer bancos de información de los cuales partir para hacer la tesis de grado.

6. propusieron que el CONEICC establezca criterios o estándares de calidad para los programas de posgrado en México, tomando en cuenta los criterios establecidos por CONACYT y por la SEP.

GRUPO 2: programas con orientación principal hacia la formación de investigadores. Coordinador: Rafael López. Relatora: Ma. Elena Hernández. Este grupo planteó cuatro asuntos centrales a manera de preocupaciones:

1. Perfil de ingreso y tipo de estudiante aspirante a los programas de este tipo: bajo nivel académico y diversidad de procedencias;
2. Líneas de Investigación: campo de investigadores particulares, sujetas a grupos de poder, derivadas de requisitos administrativos; definición de las mismas ¿en función de qué?
3. Identidad - Estatuto del Campo de la Comunicación: ¿quién somos? ¿es la comunicación una disciplina? ¿Cuáles son los límites?
4. Banalización del posgrado a partir de los tres problemas anteriores

Plantearon sugerencias para atender estas preocupaciones:

- a) talleres de discusión
- b) coloquios para atender la identidad
- c) espacios para discutir los colectivo y lo individual respecto de las líneas de investigación
- d) conocer, analizar y discutir las políticas institucionales de educación superior (normatividad) , específicamente lo relacionado con posgrados e investigación.

#### COMENTARIOS A LAS RELATORÍAS

- las inquietudes y comentarios presentados por el grupo 1, se centran en la relación, papel, ubicación e importancia de la investigación dentro de estos programas así como el "sentido" de la misma.
- aparece una preocupación común relacionada con los bajos porcentajes de TITULACIÓN de egresados de posgrado: sentido, niveles de producción académica, propuestas teóricas y metodológicas.
- el problema de la IDENTIDAD podría reflejar el nivel de articulación (o desarticulación) en la investigación con distintas esferas de aplicación del conocimiento.
- se desconoce lo que se produce en comunicación, no circulan las producciones, las tesis no se conocen. Se cree que puede haber algunas formas de articulación y formas de producir más, por ejemplo, que los estudiantes de los posgrados, realicen estados de la cuestión y sistematizaciones sobre ciertas temáticas o campos, rescatando lo que se ha escrito e investigado.

Para realizar el cierre del primer día de trabajo, Raúl Fuentes enfatizó tres aspectos:

- A) la existencia y crecimiento de programas de posgrado y la delimitación (o desdibujamiento) de las fronteras de conocimiento, obliga a pensar en nuestros posgrados, en el sentido de los mismos y en sus relaciones con otros campos del conocimiento para tejer los estudios de la comunicación.
- B) La preocupación por la identidad disciplinaria (¿somos una disciplina?) es una preocupación por un mayor nivel de legitimidad (legitimación) de nuestro quehacer en el campo de la comunicación (posicionamiento de la disciplina comunicación).
- C) Los dos tipos de programas no son excluyentes pero no son lo mismo; es necesario e importante encontrar las diferencias y los puntos comunes, buscarlos en la comunicación o en una red más amplia (por ej. lo sociocultural).

## **SEGUNDO DIA DE TRABAJO: 6 DE OCTUBRE DE 1999**

Se retomaron las reflexiones del día anterior y se enmarcaron algunas de las preocupaciones e ideas expresadas, las cuales podrían servir de punto de partida para el trabajo del segundo día.

Se explicó que se había pensado en una organización de grupos de trabajo a partir del enfoque disciplinar o multidisciplinar de los programas, sin embargo las reflexiones, preocupaciones y problemas identificados el día anterior de trabajo, permitieron plantear algunos cuestionamientos para la reflexión conjunta:

1. La diversidad en enfoques y objetivos de los programas de posgrado podría ser vista como ventaja y no necesariamente como fragmentación y disolución del campo de la comunicación. Esta diversidad permite la posible definición de los términos del trabajo futuro. Sin embargo existe la preocupación que ante la diversidad tan amplia, no podamos reconocernos como parte del mismo campo de conocimiento.
2. La pregunta clave sería ¿cómo conseguir de mejor manera los fines de formación en el posgrado (personas con capacidad para incidir socialmente en términos de comunicación), y cómo organizar la actividad para proyectarla en términos ventajosos?
3. Reflexionar sobre la combinación de estrategias institucionales de desarrollo por las que han optado los posgrados para ubicar "el lugar" de la comunicación: en un marco disciplinar donde la comunicación es el centro o, en un marco multi-trans-post disciplinar desde el cual se proyecta y trabaja la comunicación. Esto marca las condiciones en las cuales se trabaja y se proyecta el campo de la comunicación.
4. Reconocer que los esquemas de diálogo con CONACYT, con la SEP, con el Sistema Nacional de Investigadores, en términos de profesionales reconocidos, legitimados para el encuentro transdisciplinar, se han marcado cada vez más.

Se propuso retomar estas ideas centrales y avanzar en la identificación y análisis de las condiciones de trabajo actuales dentro de las instituciones, y a partir de ello, elaborar propuestas de acción.

Los grupos de trabajo quedaron conformados de la siguiente manera:

**GRUPO 1:** Margarita Maass (UIA Santa Fe), Ivonne Raso (CADEC), José Jaime Pacheco (Universidad Regiomontana), Anajilda Mondaca (Universidad de Occidente), Javier Arzuaga (UAEM), Cecilia Cervantes (UdG).

**GRUPO 2:** Carlos Enrique Orozco (ITESO), Emma López (ILCE), Bernardo Russi (UIC), Silvia Gutiérrez (UAM-X), Josefina Vilar (UAM-X), Ma. Elena Hernández (UdG), Elizabeth Bonilla (Universidad Veracruzana), Luis Ernesto Chávez (UBAC).

Se presentaron las respectivas relatorías:

**GRUPO 1:** Coordinadora: Cecilia Cervantes; relator: Javier Arzuaga. Propusieron diez **asuntos para trabajar:** 1) elaborar diagnósticos de los programas de posgrados; 2) diseñar sistemas de información entre los programas; 3) realizar un seminario-encuentro para discutir el tema de la evaluación, acreditación y certificación de los programas de posgrado, con el objeto de proponer criterios de "nivelación"; 4) establecer intencionadamente contacto con autoridades escolares y un comité de pares para la evaluación de los programas de posgrado, atendiendo los requisitos y criterios que establecen CONACYT, SEP, SNI, etc.; 5) estudiar el problema del bajo índice de titulación y proponer soluciones relacionadas con tutores, asesores, etc.; se propuso realizar un diagnóstico sobre este problema, análisis comparativos de herramientas y resultados, los perfiles de alumnos en términos de productividad y eficiencia, compartir experiencias de protocolos de investigación, asignación temprana de asesores, proyectos-tema de tesis desde el principio, el papel de los tutores como parte de un comité de selección de

candidatos; 6) revisar los relativo a los profesores, en cuanto a los procesos endogámicos, la falta de recursos; se propuso armar un catálogo de maestros en comunicación (grado de Maestría) para participar en diversos posgrados como profesores en intercambio o visitantes; 7) solicitar que se establezca una política institucional por parte del CONEICC para apoyar este trabajo; 8) enviar las tesis de grado al Centro de Documentación del Consejo; 9) solicitar y difundir una relación de los miembros del CONEICC y de los profesores que participan en programas de posgrado.

**GRUPO 2:** Coordinadora: Silvia Gutiérrez; relator: Carlos Enrique Orozco. Llegaron a varios **acuerdos de colaboración:** 1) enviar tesis de grado impresas al Centro de Documentación del CONEICC y, en su caso, *abstracts* en correo electrónico (difusión de la producción); 2) solicitar que se incluya en la página electrónica del CONEICC una relación de los posgrados y sus respectivas "ligas" electrónicas (difusión y promoción de la oferta de posgrados); 3) apoyar mecanismos de colaboración inter-institucionales para el intercambio de profesores de posgrado (aprovechamiento y apoyo de recursos); 4) promover la discusión permanente sobre lo llamado epistemología de la comunicación, a través de reuniones, foros en línea, etc. (identidad y legitimación); 5) discusión sobre la pertinencia del establecimiento de criterios e indicadores de calidad para los posgrados (o dejarlo para futuras discusiones) (nivel de calidad de programas).

A partir de las dos relatorías se hicieron comentarios relativos a:

- trabajo, enfoque y propuestas paralelas de los dos grupos;
- necesidad de informar al CONEICC de los resultados de esta reunión así como de establecer compromisos para seguir trabajando en esta línea, ya que lo difícil ha sido mantener la información actualizada con el objeto de tomar decisiones.

Con el objeto de avanzar aún más en la reflexión, Raúl Fuentes propuso centrar la reflexión en algunos aspectos expresados:

- a) elaboración de diagnósticos sobre los programas de posgrado
- b) la promoción de los programas
- c) elaboración de catálogos de recursos

A) A propósito de la necesidad de elaborar **diagnósticos sobre los posgrados** actuales, las ofertas, la calidad, la demanda y los perfiles de ingreso-egreso, propuso afrontar preguntas relativas a: ¿qué deben contener estos diagnósticos? ¿qué nivel deberían tener? ¿para qué, cómo y con qué criterios se harían?

- se comentó que los diagnósticos tienen fases dinámicas: una primera fase es descriptiva, y consiste en la sistematización de información de todos los posgrados en rubros (perfiles, mapas, orientación, etc.); una segunda fase es interpretativa-reflexiva (diseñar un instrumento para aportar información y reflexión a través de entrevistas o cuestionarios).

- se propuso que en la Tercera Reunión Nacional de Posgrados e Investigación (propuesta para marzo) se discuta de manera colectiva los datos y las aportaciones que arroje la información; a partir de ello, identificar y proponer líneas de trabajo y una propuesta concreta para la Cuarta Reunión Nacional de Posgrados e Investigación con el objeto de avanzar en el proyecto.

- se comentó que los diagnósticos propuestos, enfocados a reconocer y valorar lo existente, como pistas para la mejora continua de la oferta de posgrados, permitirían además:

+ establecer parámetros que pudieran ser transferidos (propuestos) como plataforma de evaluación, a instituciones-autoridades que tienen el rol de evaluadores de los programas.

+ auto-evaluar nuestros programas para reconocer las fortalezas como colectivo

B) Lo relativo a la **promoción de los programas** y en atención a la preocupación por los perfiles de ingreso, la demanda, la selección de candidatos, etc., los comentarios fueron:

- posibilidad (o no) de acciones conjuntas de promoción de los posgrados del país: ofrecer información de la gama de opciones que tienen los candidatos. Se propuso diseñar una estrategia profesional que garantice una presencia, para contrarrestar la promoción de posgrados en el extranjero (catálogos de la ONU, UNESCO, etc.).
- se habló de la necesidad de reflexionar juntos cómo lograr esta estrategia respetando la diversidad y sin afectar los intereses particulares de cada institución (colaboración-competencia).
- se sugirieron espacios y mecanismos para la presencia activa de los posgrados: elaborar el catálogo de posgrados (recursos) como una publicación del CONEICC; hacer carteles, folletos, etc. y enviar la información de manera actualizada y frecuente a las escuelas de comunicación (licenciaturas); invertir en publicidad; aprovechar la página electrónica del Coneicc para establecer "ligas" a los programas de posgrado; hacer una difusión masiva y elaborar folletos informativos con la oferta de posgrados nacionales.

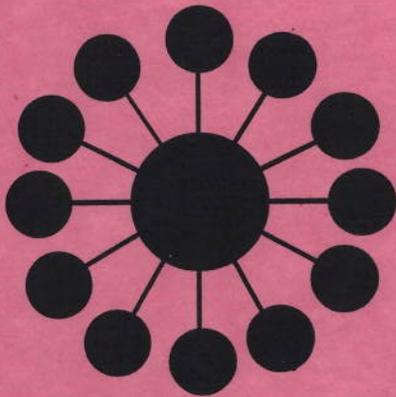
C) A propósito de la elaboración de un **catálogo de profesores de posgrado en México** (recursos humanos), se comentó

- la dificultad de realizarlo ya que la planta de profesores es móvil y se tienen dificultades de ponerse a disposición (por políticas institucionales) ya que en ocasiones los profesores que dan clases en algún programa de están asignados a cualquier otra instancia de la universidad y no siempre lo están al posgrado, lo cual dificulta su "ubicación", intercambio y aprovechamiento por parte de otras instituciones.
- aún con esa dificultad se consideró que podría ser información útil para realizar diagnósticos, estudios comparativos, etc.

A manera de cierre de los dos días de trabajo, se formularon los acuerdos de **tareas pendientes y asuntos prioritarios**:

1. **recabar información** general y específica de cada uno de los programas de posgrado en México. Esta información podría ser utilizada, posteriormente, para fines diversos, como por ejemplo, diagnóstico de recursos y condiciones de trabajo, poner bases a ciertas acciones conjuntas como proyectos de investigación, etc.;
2. atender el problema del bajo índice de **titulación**;
3. explorar la posibilidad de **intercambio de profesores** ;
4. **envío de tesis y publicaciones** al Centro de Documentación del Coneicc para difundir las producciones que se realizan en los programas;
5. impulsar **actividades para la discusión** sobre epistemología de la comunicación, y parámetros de evaluación de posgrados;
6. **proponer al CONEICC una coordinación de posgrados** (vinculada a la Coordinación de Asuntos Académicos del Consejo), con el objeto de dar continuidad y apoyar este trabajo y reuniones. Se propuso crear una comisión de apoyo integrada por la Coordinación de Asuntos Académicos y la Coordinación de Investigación del Consejo, junto con una Coordinación Académica de Posgrados, y una Coordinación de Información (apoyo operativo y de sistematización);

7. **institucionalizar este espacio (reuniones)** con los responsables de cada posgrado y con la posibilidad de una coordinación rotativa;
8. **integrar una comisión de seguimiento** la cual deberá proponer una agenda de trabajo, una síntesis del material recibido (de los programas) y la previsión de la Tercera Reunión Nacional de Posgrados e Investigación (marzo del 2000). Esta Comisión quedó integrada por Raúl Fuentes, Ma. Martha Collignon, Josefina Vilar, Dolores Angeles, Bernardo Russi.



**CONEICC**

---

Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

CUADRO DE INFORMACIÓN  
SOBRE POSGRADOS



## **Posgrados en Comunicación en México**

### **1. Programas inscritos en el Padrón de Programas de Posgrado de Excelencia en Ciencia y Tecnología (CONACyT), 2000**

**Universidad Iberoamericana - Santa Fe (México, DF):**

**1** Maestría en Comunicación

**Universidad Nacional Autónoma de México - FCPyS/IIS (México, DF):**

**2** Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales (Maestría en Comunicación)

**3** Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales (Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación).

**Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco (México, DF):**

**4** Maestría en Comunicación y Política

**5** Doctorado en Ciencias Sociales, Área de concentración en Comunicación y Política

**Universidad de Guadalajara - CUCSH (Guadalajara, Jal):**

**6** Maestría en Comunicación

**7** Maestría en Ciencias Sociales, Especialidad en Comunicación Social

**8** Doctorado en Educación, Área de Comunicación y Educación

**9** Doctorado en Ciencias Sociales, Línea de Medios de Comunicación e Industrias Culturales

## Universidad Iberoamericana-Santa Fe: Maestría en Comunicación

**Departamento de Comunicación.** Mtro. José Carreño Carlón, director.  
**Maestría en Comunicación.** Mtra. Margarita Maass Moreno, coordinadora.  
Prof. Paseo de la Reforma 880, Lomas de Santa Fe, CP 02210. México DF  
Tel. (5) 267 42 38 ext. 4658. E-mail: margarita.maass@uia.mx  
Internet: <http://www.uia.mx/posgrados/mcomunicacion/>

### Antecedentes:

- Programa abierto en 1978. Alumnos graduados: 78. Alumnos inscritos en 1999: 57.
- Padrón de Excelencia de CONACYT desde 1991
- Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la SEP desde 1995
- Cátedra UNESCO en Telecomunicaciones y Sociedad desde 1996.

### Objetivos:

- **Educativo**

Contribuir a que los egresados de la Maestría se formen como profesores-investigadores de la comunicación, que conociendo la realidad nacional y comprometidos con el logro de la justicia social, promuevan cambios que contribuyan a un desarrollo integral del país.

- **De producción**

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

- **Estratégicos**

Vincular las actividades de docencia y superación académica con las de investigación, difusión y servicio. Enfatizar en el currículum el estudio teórico-práctico del análisis, planeación y elaboración de mensajes, tanto en las actividades educativas como en las productivas.

- **Institucionales**

Infundir en los estudiantes una actitud humanista. Formar una visión interdisciplinar de la comunicación. Estudiar la realidad nacional e internacional desde la perspectiva de la comunicación. Formar maestros e investigadores que puedan realizar estudios relacionados con las ciencias sociales y comunicativas. Auxiliar a la Licenciatura en Comunicación de la UIA mediante la formación y actualización de profesores.

- **Superación Académica**

Contribuir a que los estudiantes mejoren y complementen su preparación académica mediante la ampliación, profundización y perfeccionamiento de sus conocimientos y habilidades. Ofrecer a los alumnos oportunidades de aprendizaje que fomenten sus facultades intelectuales, así como su conciencia y compromiso social. Fomentar la creatividad en productos profesionales, científicos y artísticos. Fomentar el estudio interdisciplinario de la comunicación. Brindar a los alumnos la oportunidad de vincular los estudios con el trabajo profesional. Preparar al estudiante para desarrollarse profesionalmente en el área de las telecomunicaciones.

### **Perfil del Egresado:**

- Profesores e investigadores en comunicación, conocedores de la realidad nacional e internacional.
- Especialistas en las prácticas comunicativas y educativas de los medios
- Investigadores capaces de desarrollar planes y proyectos para la solución de los problemas sociales, desde la perspectiva de la educación y la cultura.
- Profesionales capaces de prever y construir los escenarios futuros de la información y de la comunicación en sus diferentes ámbitos.

### **Plan de estudios:**

La estructura del plan de estudios está integrada por cinco áreas que estructuran, teórica y metodológicamente, el proyecto de investigación de los alumnos:

- Reflexión teórica (2 materias obligatorias)
- Métodos de investigación de la comunicación (2 materias obligatorias)
- Análisis y planeación de la comunicación (2 materias obligatorias)
- Elaboración de mensajes (2 materias obligatorias)
- Seminarios de investigación (3 materias obligatorias)
- Paralelamente los alumnos tienen que elegir 8 materias optativas entre 20.

### **Planta de profesores:**

#### **de tiempo completo:**

Dr. Ernesto Villanueva  
Dr. Juan Fco. Escobedo  
Dr. Sergio Inestrosa (SNI)  
Mtro. José Carreño Carlón  
Mtra. Ma. Antonieta Rebeil  
Mtra. Inés Cornejo Portugal  
Mtro. Jesús María Cortina  
Mtra. Claudia Benassini  
Mtra. Margarita Maass

#### **de asignatura:**

Dra. Cristina Slade  
Dr. Octavio Islas  
Dr. Antonio Paoli  
Dr. Jorge Sandoval  
Dr. Javier Esteinou (SNI)  
Dr. Abraham Nosnik  
Mtro. Carlos Maya  
Mtro. Manuel Gameros

#### **invitados en 1999:**

Dr. Francis Pisani (Fr)  
Dr. Norberto Bilbeny (Es)  
Dr. Jacques Ibañez (Fr)  
Dr. Gabriel Pérez (Col)  
Dra. Ana Azurmendi (Es)  
Mtro. Manuel A. Guerrero (Ita)

### **Líneas de investigación:**

- **Comunicación y cultura** (Coord: Mtra. Inés Cornejo).
- **Comunicación y educación** (Coord: Mtra. Claudia Benassini).
- **Comunicación y política** (Coord: Dr. Juan Francisco Escobedo).
- **Comunicación y nuevas tecnologías** (Coord: Mtro. Manuel Gameros).
- **Comunicación en las organizaciones** (Coord: Mtra. Ma. Antonieta Rebeil).
- **Comunicación y derecho de la información** (Coord: Dr. Ernesto Villanueva).

### **Medios de difusión:**

- **Cuadernos del Posgrado** (Coord: Mtra. Inés Cornejo).
- **Espacios de comunicación** (Dr. Javier Esteinou Madrid).
- **Zona franca** (revista electrónica) (Coord: Mtro. Manuel Gameros).
- **Revista Iberoamericana de derecho a la información** (Coord: Dr. Ernesto Villanueva).

**Universidad Nacional Autónoma de México, FCPyS/IIS:  
Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.** Dra. Cristina Puga Espinosa, directora.  
**Instituto de Investigaciones Sociales.** Dr. René Millán Valenzuela, director.  
**Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales.** Dra. Judit Bokser, responsable.  
Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, Coyoacán, CP 04510, México DF  
Tels (5) 622 94 07, 622 94 32, 622 94 33. E-mail: [infodep@sociolan.politicas.unam.mx](mailto:infodep@sociolan.politicas.unam.mx)  
Internet: <http://www.posgrado.unam.mx/CDdgep/adecu/pcps.htm>

**Antecedentes:**

- **Maestría en Comunicación** abierta en 1979. Nuevo programa desde 1999.
- **Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación** abierto en 1999.
- El Posgrado incluye, además, maestrías en Estudios Políticos y Sociales, en Gobierno y Asuntos Públicos y en Relaciones Internacionales, y orientaciones del doctorado en Ciencia Política, Sociología, Administración Pública y Relaciones Internacionales.
- Participan la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y el Instituto de Investigaciones Sociales.
- Padrón de Excelencia de CONACYT.

**Objetivos:**

- **Del Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales:**

Desarrollar una organización académica que permita conjuntar los esfuerzos disciplina-rios e institucionales para el mejor aprovechamiento de los recursos académicos y ma-teriales y para potenciar las innovaciones necesarias tanto en el ámbito científico como operativo. Fortalecer los estudios de posgrado como espacio estratégico de vinculación directa entre la investigación y los procesos de formación académica y profesional avanzada, para formar las futuras generaciones de científicos sociales. Establecer las formas de trabajo colectivo que alienten una mejor integración de nuestra comunidad académica por medio de un permanente diálogo científico. Desarrollar el saber especia-lizado y las interacciones y convergencias interdisciplinarias, y potenciar la convivencia de las diferentes disciplinas sociales que se desarrollan en nuestros espacios institucio-nales. Alentar la pluralidad conceptual y metodológica con planes de estudio que fun-damentan la docencia y la investigación en la consistencia de la argumentación científica y no en la adhesión a un enfoque teórico o normativo particular, con el propósito de fomentar una visión crítica y creativa del quehacer científico. Consolidar y profundizar las líneas de investigación presentes y desarrollar nuevas líneas que tengan relevancia teórica y práctica en el ámbito nacional e internacional. Atender de un modo conjunto y diferenciado las diversas dimensiones de los estudios de posgrado, mediante estrate-gias metodológicas y didácticas adecuadas a los perfiles académicos y profesionales, y orientadas a la superación del desequilibrio existente entre ingreso, egreso y titulación. Formar profesores, investigadores y profesionales de alto nivel capaces de atender los

nuevos retos de una sociedad crecientemente compleja y de generar soluciones a los mismos.

- **De las maestrías:**

El objetivo general de las maestrías, de acuerdo con el artículo 13 del Reglamento General de Estudios de Posgrado es formar a los alumnos con una preparación académica integral, rigurosa y sólida en las ciencias sociales, que les permitirá: consolidar la formación teórica y metodológica de la investigación con miras a continuar estudios de doctorado; desarrollar estudios y proyectos de investigación tanto de corte académico como profesional; y ejercer la docencia de alto nivel con un dominio de los conocimientos y las habilidades propias del área.

- **Del doctorado:**

De acuerdo con lo estipulado por el artículo 20 del Reglamento General de Estudios de Posgrado, los objetivos del doctorado son: preparar al alumno para la realización de investigación original; proporcionarle una sólida formación disciplinaria para el ejercicio académico o profesional del más alto nivel; y formarlo para el ejercicio profesional y académico en grupos de trabajo e investigación interdisciplinarios.

**Plan de Estudios de la Maestría (4 semestres, 88 créditos):**

- Tres cursos básicos (Teorías contemporáneas sobre comunicación I y II y Enfoques teórico-metodológicos de la comunicación)
- Cuatro cursos de temas selectos:

**Comunicación e innovaciones tecnológicas**

- Desarrollo científico tecnológico y su impacto social (siglos XIX y XX).
- Estructura económica y legal de las innovaciones tecnológicas.
- Enfoques sobre las tecnologías de información y comunicación.
- Tecnologías de información, comunidades culturales y educación.
- Nuevos medios de comunicación, culturas y procesos globales.
- La comunicación virtual y sus códigos.

**Comunicación política y opinión pública**

- Comunicación política.
- Opinión pública.
- Comunicación, espacio público y propaganda.
- Comunicación y cultura política.
- Política simbólica y mercadotecnia política.
- Economía política de la comunicación.

**Comunicación y Cultura**

- Semiótica de la comunicación y la cultura.
- Pensamiento, lenguaje y sociedad.
- La comunicación aplicada a la divulgación de la ciencia.
- Recepción de medios y productos culturales.
- Teoría de la publicidad.
- Ética de la comunicación social.
- La perspectiva de género en los estudios sobre comunicación.
- Función educativa y socializadora de los medios masivos de com.
- Periodismo en el siglo XXI.

- Tres seminarios de investigación
- Dos laboratorios.

### **Planta de profesores de la maestría (primer semestre de 2000):**

Carmen Millé Moyano  
Rafael Reséndiz R.  
Florence Toussaint A.  
Silvia Molina y Vedia del C  
Felipe López Veneroni  
Cecilia Rodríguez D.  
Eulalio Pacheco Roque

Rosalba Casas  
Patricia Fernández  
Delia Ma. Crovi Druetta  
Ilya Adler  
Julia Flores  
Daniel Cazés  
Murilo Kuschik

Ana Goutman  
Gloria Valek  
Enrique Maorenzic  
Carola García Calderón  
Regina Jiménez de O.

### **Líneas de investigación:**

#### **Comunicación e innovaciones tecnológicas**

- Innovaciones tecnológicas y sociedad
- Innovaciones tecnológicas y educación
- Innovaciones tecnológicas y opinión pública
- Cultura digital

#### **Comunicación y Cultura**

- Com. y procesos educativos
- Estudios de audiencia, recepción e interpretación
- Estudios de género y com.
- Comunicación, arte y soc.
- Com. y divulgación de la ciencia y la técnica
- Estudios sobre publicidad
- Estudios sobre periodismo

#### **Comunicación política y opinión pública**

- Comunicación, opinión pública y cultura política
- Economía política de la industria de la comunicación
- Comunicación política y propaganda
- Comunicación y democracia

### **Plan de Estudios del Doctorado (6 semestres):**

- Dos seminarios obligatorios y cuatro opcionales  
La finalidad de los seminarios obligatorios es que los alumnos puedan profundizar y/o actualizar su conocimiento de los debates teóricos y metodológicos de las ciencias sociales y de su orientación disciplinaria. Estos seminarios deben ser cursados en el primero y segundo semestres.  
En caso de que el tutor lo considere pertinente y el Comité Tutorial lo avale, el doctorante deberá cursar entre uno y cuatro seminarios asignados en forma individualizada para reforzar el desarrollo de su proyecto de tesis. Estos podrán ser asignados durante los primeros cuatro semestres, uno en cada ocasión.
- Sesiones de tutoría y coloquio de doctorantes durante los seis semestres  
El objetivo de las sesiones de tutoría es garantizar el seguimiento individual del alumno a fin de dar continuidad a su formación académica y al desarrollo de su investigación doctoral. Las sesiones de tutoría tendrán lugar con una periodicidad quincenal.  
Los coloquios de doctorantes constituyen el espacio académico en el que los alumnos presentarán semestralmente sus avances de investigación. Tienen carácter obligatorio y en ellos participarán los tutores y alumnos que formen parte de un mismo campo de conocimiento.
- Dos ensayos publicables (tercero y cuarto semestres).  
Su finalidad es fomentar en el doctorante la elaboración de trabajos científicos y contribuir a la difusión del conocimiento generado en el posgrado. El alumno deberá cumplir con la entrega de un ensayo publicable, uno en el tercero y otro en el cuarto semestre.

**Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, DCSH:  
Maestría en Comunicación y Política y Doctorado en Ciencias  
Sociales (Area de concentración en Comunicación y Política)**

**División de Ciencias Sociales y Humanidades.**

**Maestría en Comunicación y Política.** Dra. Silvia Gutiérrez Vidrio, coordinadora.

**Doctorado en Ciencias Sociales** Dra. Carmen de la Peza Casares, coordinadora.

**(Area de concentración en Comunicación y Política)** Dra. Josefina Vilar, responsable.

Calzada del Hueso 110, Col. Villa Quietud, CP 04960, México, DF.

Tels (5)671 68 18 y 724 50 80. E-mail: [sgvidrio@cueyatl.uam.mx](mailto:sgvidrio@cueyatl.uam.mx), [jvilar@cueyatl.uam.mx](mailto:jvilar@cueyatl.uam.mx)

Internet: <http://cueyatl.uam.mx/uam/organizacion/organif.html>

**Antecedentes:**

- Doctorado abierto en 1991, Maestría en 1998.
- Doctorado con áreas de concentración, además de Comunicación y Política, en Desarrollo rural, Sociedad y educación, Desarrollo tecnológico, Psicología social de grupos e instituciones, Relaciones internacionales, Relaciones de poder y cultura política, Sociedad y territorio y Mujer y relaciones de género.
- Padrón de Excelencia de CONACYT, ambos programas por separado.

**Objetivos de la Maestría en Comunicación y Política:**

- General:  
Capacitar a los futuros maestros para la investigación teórica y aplicada en el campo de la comunicación social y de los procesos político-culturales. Capacitar a los futuros maestros en las actividades profesionales especializadas relativas a dicho campo.
- Específicos:  
Contribuir a la formación de nuevas propuestas teóricas y metodológicas para el estudio de las relaciones entre procesos de comunicación, lenguajes y políticas. Ofrecer un espacio para discutir y aplicar estrategias de comunicación en diversos ámbitos institucionales. Propiciar el análisis de los principales problemas de comunicación y políticos de la realidad nacional y latinoamericana.

**Perfil del egresado (actividad profesional):**

- Existen tres ámbitos diferenciados de trabajo relevantes para los egresados:
- Un ámbito de trabajo profesional, desarrollando políticas y estrategias de comunicación en instituciones públicas o privadas, organizaciones colectivas de diversa índole, así como en instituciones de gestión y promoción de la cultura y en las vastas redes de la comunicación social.
  - La investigación teórica o aplicada de procesos sociales y políticos, de estrategias políticas y comunicativas vinculadas con aspectos lingüísticos y semióticos, o de formas de interacción simbólica en grupos sociales diversos.
  - La docencia en las instituciones de educación superior donde se impartan conocimientos relativos a la naturaleza, lógica y manifestación de los lenguajes con una

perspectiva política, o bien donde se aborden fenómenos políticos suscitados por los medios masivos de comunicación o procesos culturales de intercambio simbólico.

**Plan de estudios de la Maestría (6 trimestres):**

	Unidades de enseñanza-aprendizaje:
I	Política, lenguaje y poder
II	Rituales, actos comunicativos y normatividad
III	Texto y discurso I: Ideología y enunciación
IV	Texto y discurso II: Intertextualidad y semióticas figurativas
V	Lectura e interpretación
VI	Políticas y lenguajes de la ruptura

**Planta de profesores:**

Dr. Raymundo Mier Garza, SNI  
Dra. Margarita Zires Roldán, SNI  
Dra. Silvia Gutiérrez Vidrio  
Dra. Mabel Piccini Alija

Dra. Carmen de la Peza Casares, SNI  
Dr. Hugo Aboites Aguilar  
Dr. Javier Esteinou Madrid, SNI

**Principales líneas de investigación:**

- El estudio de la opinión pública y de la participación política y cultural de grupos y comunidades desde la perspectiva de los campos del lenguaje
- La producción discursiva de lo político y las modernas relaciones de poder y legitimación social
- Las nuevas tecnologías y su impacto en la organización de la vida pública y privada
- Las prácticas culturales en las sociedades modernas y la configuración de identidades sociales.

**Objetivos del Doctorado en Ciencias Sociales:**

**General:**

Formar investigadores e investigadoras de alto nivel en los diferentes campos de las ciencias sociales, pero también contribuir a la formación de docentes y profesionales de alto nivel en estos campos, mediante la implicación de los y las estudiantes en los problemas de la sociedad, con énfasis en los nacionales y latinoamericanos, cuyo estudio es relevante, pertinente y oportuno.

**Particulares:**

Abordar los temas del desarrollo económico, social, político y cultural, en especial los de México y América Latina, estimulando la investigación interdisciplinaria, procurando la definición teórica y metodológica de nuevos campos de conocimiento en ciencias sociales e impulsando proyectos de investigación capaces de aportar nuevas perspectivas y soluciones. Promover la formación de investigadores y profesores con amplia perspectiva teórica y cultural, con elevado grado de especialización en un campo de conocimiento pero capaces de participar en aproximaciones interdisciplinarias, y aptos para contribuir a la solución de problemas prioritarios de la sociedad, al mejoramiento aca-

démico de las instituciones de enseñanza superior y centros de investigación. Proponer alternativas novedosas en la formación teórica y metodológica de investigación interdisciplinaria. Coadyuvar a la superación intelectual y profesional tanto de docentes como alumnos de las universidades mediante la creación de un adecuado entorno académico y de actividades de formación continua. Estrechar vínculos científicos y culturales con otras instituciones de enseñanza e investigación, especialmente mexicanas y latinoamericanas. Difundir los resultados de la actividad académica mediante publicaciones, debates y conferencias sobre los temas que son materia de consideración en el programa.

#### **Plan de estudios del Doctorado (Nueve módulos trimestrales):**

- I Problemas actuales de las ciencias sociales
- II La revolución científico-tecnológica y su relación con la sociedad contemporánea
- III Ciencia y sociedad en América Latina
- IV Seminario de tesis I (según el área)
- V Seminario de tesis II (según el área)
- VI Seminario de tesis III (según el área)
- VII Taller de tesis I (según el área)
- VIII Taller de tesis II (según el área)
- IX Taller de tesis III (según el área)

#### **Area de concentración en Comunicación y Política**

##### **Objeto de estudio:**

Los sistemas comunicativos se conciben como dispositivos culturales complejos en los que la materia simbólica y significativa -los lenguajes y sus procesos y mecanismos de significación- se recupera como objeto de análisis fundamental en la constitución de lo político y del ejercicio del poder. Esta perspectiva no supone el rechazo a otras vías de aproximación a dichos sistemas comunicativos, sino la discusión o referencia a la característica distintiva del objeto, es decir, la materialización discursiva en el ejercicio del poder.

##### **Líneas de investigación:**

- Políticas y estrategias culturales, económicas, ideológicas, sociológicas, etc., en el campo de la comunicación social.
- Procesos de producción discursiva y de lectura o consumo de los bienes simbólicos, verbales y no verbales, en la construcción de lo social.
- Estado actual del campo epistemológico de la comunicación y las distintas aproximaciones teórico-metodológicas posibles para su abordaje.
- Función de los procesos y las tecnologías de comunicación en la disposición democrática del fin del milenio: pluralidad ideológica, circulación del conocimiento, educación, entretenimiento, debates políticos, publicidad y propaganda, etc.

##### **Planta de profesores:**

Dra. Carmen de la Peza Casares, SNI  
Dr. Javier Esteinou Madrid, SNI  
Dr. Antonio Paoli Bolio, SNI  
Dra. Josefina Vilar Alcalde  
Dra. Margarita Zires Roldán, SNI

Dra. Silvia Gutiérrez Vidrio  
Dr. Raymundo Mier Garza, SNI  
Mtra. Alicia Poloniato  
Mtro. Lauro Zavala Alvarado, SNI

**Universidad de Guadalajara, CUCSH, DECS:  
Maestría en Comunicación, Maestría en Ciencias Sociales,  
Doctorado en Educación, Doctorado en Ciencias Sociales.**

**Departamento de Estudios de la Comunicación Social:** Mtro. Francisco de J. Aceves González, Jefe.

**Maestría en Comunicación.** Mtra. María Elena Hernández Ramírez, coordinadora.

**Maestría en Ciencias Sociales, Especialidad en Comunicación Social.** Mtra. Cecilia Cervantes Barba, responsable.

**Doctorado en Educación, Área de Comunicación y Educación.** Dr. Guillermo Orozco Gómez, responsable.

**Doctorado en Ciencias Sociales, Línea de Medios de Comunicación e Industrias Culturales.** Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz, responsable.

Paseo Poniente 2093, Jardines del Country, CP 44210, Guadalajara, Jal.

Tel. (3) 823 75 05 E-mail: [hemande@cencar.udg.mx](mailto:hemande@cencar.udg.mx), [ccervant@csh.udg.mx](mailto:ccervant@csh.udg.mx),  
[gorozco@cencar.udg.mx](mailto:gorozco@cencar.udg.mx), [rock@foreigner.class.udg.mx](mailto:rock@foreigner.class.udg.mx)

Internet: <http://www.cucsh.udg.mx/frameposg.HTML>

**Antecedentes:**

- **Maestría en Comunicación**, abierta en 1998. Programa departamental.
- **Maestría en Ciencias Sociales, especialidad en Comunicación Social**, abierta en 1994, programa interdepartamental (cinco especialidades),
- **Doctorado en Educación**, abierto en 1999. Programa interdepartamental (cuatro áreas).
- **Doctorado en Ciencias Sociales**, abierto en 1991, reformulado en 1999, programa interdepartamental (tres áreas, diez líneas).
- Padrón de Excelencia todos los programas, por separado.

**Objetivo de la Maestría en Comunicación:**

Formar profesores-investigadores capaces de realizar labores de producción y transmisión del conocimiento multidisciplinario sobre las dimensiones comunicativas de la vida social, así como contribuir a la transformación social, con criterios de excelencia, eficiencia y creatividad.

**Perfil del Egresado de la Maestría en Comunicación:**

El programa formará profesores-investigadores que, comprometidos con el logro del desarrollo nacional y regional dentro de la justicia y la equidad, sean capaces de realizar, con criterios de excelencia, eficiencia y creatividad, labores de producción y transmisión del conocimiento y de apoyo a la transformación social. Los investigadores formados en el nivel de maestría estarán habilitados instrumentalmente para realizar indagaciones tanto básicas como aplicadas en el área de estudios de la comunicación social, apeándose a principios de rigor metodológico. Serán capaces de transmitir en la enseñanza universitaria los fundamentos teóricos y metodológicos del campo social de la comunicación tanto a nivel de pregrado como de maestría. El egresado estará capacitado pa-

ra proseguir estudios de doctorado. Su ámbito natural de trabajo es el académico, en tanto profesores e investigadores, aunque también podrán insertarse en organizaciones vinculadas con la comunicación y en otros sectores, realizando tareas de investigación y eventualmente de planeación estratégica.

#### **Plan de estudios de la Maestría en Comunicación (Cuatro semestres):**

- **Area de fundamentación teórico-metodológica:**  
Seminario de teoría social (rearticulación estructura/acción/sentido)  
Seminario de teoría de la comunicación I (enfoques, modelos y procesos)  
Seminario de teoría de la comunicación II (medios de difusión y sociedad)  
Seminario de teoría de la comunicación III (discurso y producción de sentido)
- **Area de métodos, técnicas y recursos de investigación:**  
Taller de documentación científica y académica  
Taller de análisis estadístico  
Taller de análisis cualitativo  
Taller de análisis hermenéutico
- **Area de articulaciones multidisciplinares:**  
Cuatro seminarios optativos.
- **Area de producción de investigación:**  
Taller de proyectos I, II, III y IV.

#### **Planta académica de la Maestría en Comunicación:**

Dra. Sarah Corona Berkin, SNI  
Dr. Raúl Fuentes Navarro, SNI  
Dra. Rossana Reguillo Cruz, SNI  
Mtro. Francisco de J. Aceves González  
Mtra. Cecilia Cervantes Barba  
Mtra. Ma. Elena Hernández Ramírez  
Mtra. Martha Renero Quintanar  
Dra. Renée de la Torre Castellanos, SNI

Dra. Celia del Palacio Montiel, SNI  
Dr. Guillermo Orozco Gómez, SNI  
Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz, SNI  
Mtro. Pablo Arredondo Ramírez  
Mtro. Francisco Hernández Lomelí  
Mtro. Armando Ibarra López  
Mtra. Teresa de Jesús Tovar Peña  
Mtro. J. Ramiro Caballero Hoyos

#### **Profesores visitantes 1998-1999:**

Dra. Ma. Immacolata Vassallo de Lopes (Br)  
Dr. Jesús Martín Barbero (Col)

Dr. François Demers (Can)  
Dr. Josep Lluís Gómez Mompert (Es)

#### **Líneas de investigación:**

- Globalización e identidades culturales
- Política y medios de difusión
- Mediaciones de la producción, circulación y recepción de mensajes
- Nuevos medios y lenguajes de la comunicación social

### **Objetivos de la Maestría en Ciencias Sociales:**

Preparar docentes capaces de desempeñarse adecuadamente como profesores de licenciatura y de otros niveles, en el campo de las ciencias sociales. Formar investigadores aptos, teórica y metodológicamente, para cubrir las demandas de investigación en ciencias sociales, en la región y en el país. Capacitar para un desempeño práctico-profesional más eficiente a aquellos estudiantes que no opten por la carrera académica, esto es, por la docencia y la investigación.

### **Perfil Académico del egresado de la Maestría en Ciencias Sociales:**

El egresado de la maestría en ciencias sociales tendrá las siguientes características: dominará las principales corrientes teóricas producidas en el campo de las ciencias sociales, en el nivel de los aportes clásicos y contemporáneos; conocerá las diferentes posturas en torno a la fundamentación y construcción del conocimiento científico, la lógica de la investigación empírica, las metodologías y las técnicas empleadas en ciencias sociales; dentro de su área de especialización, conocerá las investigaciones más relevantes que se han llevado a cabo en América Latina, México y la región; será capaz de desarrollar una investigación en una área especializada, desde la formulación del proyecto hasta la elaboración del reporte final; estará entrenado para conocer y aplicar en la práctica profesional las consecuencias derivadas de un producto de investigación.

### **Plan de estudios de la Maestría en Ciencias Sociales (Cuatro semestres):**

- **Formación básica** (general para todas las especialidades):  
Teoría Social  
Estadística I y II  
Análisis cuantitativo  
Análisis cualitativo  
Análisis cuantitativo y cualitativo
- **Formación especializante** (Especialidad en Comunicación Social):  
Teorías de la Comunicación Social I, II y III  
Seminario multidisciplinario I y II  
Taller de proyectos I, II y III  
Seminario de tesis.

### **Objetivo de la Especialidad en Comunicación Social de la Maestría en Ciencias Sociales:**

Profundizar en el estudio y entendimiento crítico de las principales teorías contemporáneas de la comunicación, especialmente de la comunicación mediada y de los vínculos de ésta con la cultura y otras estructuras y procesos sociales, a fin de explicar contextual y críticamente los fenómenos comunicacionales e informativos de las sociedades contemporáneas.

### **Planta académica de la Especialidad en Comunicación Social:**

Dra. Sarah Corona Berkin, SNI  
Dr. Raúl Fuentes Navarro, SNI  
Dra. Rossana Reguillo Cruz, SNI  
Mtro. Francisco de J. Aceves González

Dra. Celia del Palacio Montiel, SNI  
Dr. Guillermo Orozco Gómez, SNI  
Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz, SNI  
Mtro. Pablo Arredondo Ramírez

Mtra. Cecilia Cervantes Barba  
Mtra. Ma. Elena Hernández Ramírez  
Mtra. Martha Renero Quintanar  
Dra. Renée de la Torre Castellanos, SNI

Mtro. Francisco Hernández Lomelí  
Mtro. Armando Ibarra López  
Mtra. Teresa de Jesús Tovar Peña  
Mtro. J. Ramiro Caballero Hoyos

### **Líneas de investigación de la Especialidad en Comunicación Social:**

- Mediaciones histórico-estructurales
- Mediaciones organizacionales
- Mediaciones tecnológicas
- Mediaciones expresivas
- Mediaciones de la recepción de mensajes

### **Objetivos del Doctorado en Educación:**

El programa de Doctorado en Educación pretende alcanzar los siguientes objetivos: Formar investigadores de alto nivel en el campo de la investigación educativa. Fomentar la investigación de excelencia en el campo de la ciencia de la educación. Ofrecer una alternativa de calidad ante la demanda de doctorados en educación en la región occidental del país. Contribuir a la consolidación de la oferta de posgrados de calidad en la Universidad de Guadalajara, y específicamente en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

### **Perfil de egreso del Doctorado en Educación:**

El egresado del Doctorado en Educación: genera conocimiento en torno al hecho educativo en forma creativa e innovadora. Dirige proyectos de investigación en el campo de la educación. Puede desempeñarse positivamente en proyectos y equipos de investigación con una perspectiva interdisciplinaria. Es apto para formar investigadores en educación. Contribuye a la consolidación del campo de la investigación educativa a través de su producción en determinada línea de investigación en la que llega al conocimiento de frontera. Participa con aportaciones relevantes en eventos académicos de carácter institucional, regional, nacional o internacional.

### **Plan de estudios del Doctorado en Educación (Seis semestres):**

- Eje de Metodología (seis seminarios semestrales)
- Eje de producción investigativa (seis semestres de tutoría y actividades complementarias)
- Eje de Especialización (un seminario sobre el campo de la educación y tres seminarios de especialización, según el área).

### **Objetivos del Area de Comunicación y Educación:**

Esta especialidad se propone una incursión triple en la relación entre lo educativo y lo comunicativo, a través de la discusión y la investigación de las lógicas de producción, distribución y consumo de conocimientos en las sociedades contemporáneas.

Los objetivos específicos son capacitar a los participantes en: 1. El reconocimiento de códigos, gramáticas y formatos discursivos, para su uso adecuado en productos de medios con fines educativos ("Comunicación Educativa"); 2. El análisis de estrategias de difusión y circulación de mensajes multimedia y su potencial didáctico para facilitar el aprendizaje ("Mercadeo Social de la Comunicación"); 3. La elaboración de estrategias de intervención pedagógica en los procesos de recepción, apropiación y uso de conocimientos por parte de sectores concretos de la audiencia ("Educación para la Recepción de Medios").

#### **Planta académica del Area de Comunicación y Educación:**

Dr. Guillermo Orozco Gómez, SNI  
Dr. Raúl Fuentes Navarro, SNI

Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz, SNI  
Dra. Rossana Reguillo Cruz, SNI

#### **Líneas de investigación del Area de Comunicación y Educación:**

- Para qué y cómo de la educación en relación con los medios de información y difusión
- Sentido de la pedagogía a partir del trinomio autoridad-conocimiento-discurso
- Proyectos educativos mediadores
- Programas y estrategias de deconstrucción y construcción de representaciones

#### **Objetivos del Doctorado en Ciencias Sociales:**

El programa de doctorado se propone: preparar investigadores con nivel de excelencia. Se les otorgará el grado de Doctor en Ciencias Sociales en las siguientes disciplinas: Historia, Sociología o Desarrollo Regional. Propiciar el desarrollo de investigación científica de alto nivel y la formación de doctores en ciencias sociales que contribuyan al impulso científico en el occidente del país.

#### **Plan general del programa académico del Doctorado en Ciencias Sociales:**

El plan general de doctorado comprende lo siguiente:

- Un tema central de investigación que culminará con la tesis de grado. Un seminario de investigación en el que se discutirá académicamente el desarrollo de las tesis.
- Un módulo formativo de concentración teórica, con dos campos y dos unidades cada uno de ellos: uno ligado al tema de tesis y otro en un campo alternativo.
- Un módulo relativo al estudio de regiones con dos ramas y dos unidades cada una: la región centro-occidente, otra región mexicana o de otro país.
- Un módulo metodológico con dos unidades.
- El programa ofrece tutoría por cuatro años, al final de los cuales se deberá presentar la tesis concluida. Este plazo sólo será prorrogable a juicio del Colegio Académico.

#### **Planta académica de la línea de Medios de Comunicación e Industrias Culturales del Doctorado en Ciencias Sociales:**

Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz, SNI  
Dra. Sarah Corona Berkin, SNI  
Dra. Rossana Reguillo Cruz, SNI

Dr. Guillermo Orozco Gómez, SNI  
Dr. Raúl Fuentes Navarro, SNI  
Dra. Celia del Palacio Montiel, SNI

## **Posgrados en Comunicación en México**

### **2. Programas con otros reconocimientos o en preparación**

**Universidad Autónoma de Nuevo León (Monterrey, NL):**  
10 Maestría en Ciencias de la Comunicación

**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)**  
(Guadalajara, Jal):  
11 Maestría en Comunicación con especialidad en difusión de la ciencia y la cultura

**Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (México, DF):**  
12 Posgrado Latinoamericano en comunicación y tecnología educativas

**Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer AC (México, DF):**  
13 Maestría en Comunicación Institucional  
14 Maestría en Publicidad  
15 Maestría en Comunicación Política

**Universidad Intercontinental (México, DF):**  
16 Maestría en Guionismo

**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)**  
(Monterrey, NL):  
17 Maestría en Comunicación

**Universidad Iberoamericana Plantel Laguna (Torreón, Coah):**  
18 Maestría en Comunicación

**Universidad Anáhuac. E. de Ciencias de la Comunicación (Edomex.):**  
19 Maestría en Comunicaciones Corporativas  
20 Maestría en Mercadotecnia y Publicidad  
21 Maestría en Planeación Estratégica de Medios

**Universidad Anáhuac. Escuela de Diseño (Edomex.):**  
22 Maestría en Semiótica

**Universidad de Occidente. Campus Los Mochis (Los Mochis, Sin.):**  
23 Maestría en Tecnologías y Estrategias de la Comunicación

**Universidad Autónoma de Aguascalientes CAH, (Aguascalientes, Ags.):**  
24 Maestría en Sociología de la Cultura

**Universidad Veracruzana (Veracruz, Ver.):**  
25 Maestría en Comunicación

**Universidad Regiomontana (Monterrey, NL):**  
26 Maestría en Comunicación

**Universidad del Bajío (León, Gto.):**  
27 Maestría en Publicidad y Comportamiento de Mercado

**Universidad del Valle de Atemajac (Guadalajara, Jal):**  
28 Maestría en Comunicación Social e Institucional

**Universidad de Colima, CUIS, (Colima, Col.):**  
29 Doctorado en Ciencias Sociales, líneas de cultura y comunicación

**Universidad Autónoma de Yucatán (Mérida, Yuc.):**  
30 Doctorado en Ciencias de la Información

**Universidad Autónoma del Estado de México (Toluca, Edomex):**  
31 Doctorado en Ciencias Sociales

**Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), FCC:  
Maestría en Ciencias de la Comunicación**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación.** Lic. Ana Carmen Márquez R., directora.  
**Subdirección de Investigación y Estudios de Posgrado.** Dra. Alma Silvia Rodríguez.  
Ave. del Acueducto y Eucalipto, Col. del Paseo Residencial, 84920 Monterrey, NL.  
Tels: ( 8) 357 88 85 y 349 74 67 ext. 117. E-mail: [asr@interclan.net](mailto:asr@interclan.net)  
Internet: <http://www.uanl.mx/UANL/Escuelas/Facultades/fcc/>

**Antecedentes:**

- Programa abierto en septiembre de 1984.
- 45 estudiantes, todos egresados de comunicación. 2 titulados de 83 egresados.

**Objetivo:**

- Satisfacer los niveles de excelencia académica del profesionista de la comunicación, frente a los retos de la sociedad informatizada del nuevo milenio.

**Estructura curricular y metodológica:**

Plan de estudios de cuatro semestres para estudiantes de tiempo completo.

**Areas fundamentales del curriculum:**

- **Area Básica:** 5 materias; herramientas indispensables para el adecuado desempeño en la investigación y en la docencia en comunicación
- **Area de Análisis de la Comunicación:** 6 materias; diferentes perspectivas teóricas para el análisis de los procesos comunicativos, desde diferentes marcos de vinculación interdisciplinaria.
- **Area de Planificación de la Comunicación:** 2 materias; técnicas de planificación estratégica para el desarrollo de planes programas orientados al campo profesional.
- **Area de Materias Optativas:** 4 materias; enfocadas a la investigación de problemas relacionados con la comunicación.

**Nueva estructura curricular (en proceso, 1999):**

- **Objetivos generales de la Maestría:** formar profesores e investigadores en el campo de la comunicación para las instituciones de enseñanza superior del país; capacitar a profesionales a nivel de posgrado que puedan aplicar sus conocimientos en los campos de trabajo relacionados con la comunicación e información a nivel nacional e internacional; dotar al participante de las herramientas y mentalidad de planeación e implementación de las diversas actividades de comunicación en sus diferentes usos y finalidades.
- **Dos tipos de maestría:** La maestría en **Ciencias**, dirigida a formar hombres y mujeres de ciencia, con alto nivel de conocimiento en su campo disciplinario y de los

métodos de investigación, enfocados a las diferentes ramas y perspectivas del quehacer comunicacional; y maestría en **Area Específica**, encaminada a la formación de especialistas competitivos a nivel internacional, con espíritu crítico, capacidad de intercambio intercultural, conocedores de la tecnología de punta y de los sistemas de información, comprometidos con el proceso educativo emprendido por la Universidad y con alto sentido de responsabilidad social.

- Se busca impulsar programas académicos, investigación, y especialización en cuatro vertientes: Comunicación y Medios; Desarrollo Organizacional; Comunicación y Cultura; Comunicación y Educación. Se prepara también un doctorado.

**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)  
Departamento de Estudios Socioculturales: Maestría en Comunicación  
con especialidad en difusión de la ciencia y la cultura**

**Departamento de Estudios Socioculturales.** Lic. Angela Ma. Godoy Fajardo, jefa.  
**Maestría en Comunicación con especialidad en difusión de la ciencia y la cultura.**  
Mtro. Carlos Enrique Orozco Martínez, coordinador.  
Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585, 45090 Tlaquepaque, Jal.  
Tels: (3) 669 34 32, 669 34 30 ext. 3318. E-mail: carlose@iteso.mx  
Internet: <http://www.iteso.mx/acad/depcult/maescom/index.htm>

**Antecedentes:**

- Programa abierto en 1985, reformulado en 1998.
- 16 titulados del primer programa. 25 estudiantes inscritos.
- Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la SEP.

**Objetivos:**

- Formar especialistas en la difusión científica y cultural que incidan en su democratización mediante la investigación, el diseño, la planificación y la intervención profesional y complementar la formación de especialistas en otras áreas (ciencias básicas, educación, sociología, antropología, historia, filosofía, letras) en los tópicos de la difusión científica y cultural.
- Investigar sobre la difusión científica y cultural para generar nuevos conocimientos teóricos, metodológicos y empíricos sobre el objeto, sus dimensiones y manifestaciones concretas.
- Desarrollar un programa de extensión que articule el proyecto con sus destinatarios y otros agentes institucionales involucrados en el desarrollo de los sistemas de investigación científica y creación cultural, mediante la difusión, vinculación e intercambio de productos y servicios.
- Contribuir a la formación de una "masa crítica" de interesados en participar en tareas de difusión científica y cultural desde una perspectiva sociocultural y contribuir a la creación y desarrollo de una cultura científica y humanística en la sociedad.

**Perfil del egresado:**

La maestría tiene el objetivo de formar, por una parte, **planificadores o estrategas** habilitados para diagnosticar, diseñar, coordinar y evaluar proyectos, programas y campañas públicas de difusión científica y cultural, y por otra, **profesores-investigadores** capacitados para realizar investigaciones básicas y aplicadas y para cumplir con labores de docencia superior en el campo de la comunicación y específicamente en el de la difusión científica y cultural.

Ambos perfiles de egreso tienen en común una formación sistemática en el análisis crítico y científicamente riguroso de los sistemas, estructuras y prácticas socioculturales de

comunicación en su complejidad y multidimensionalidad, desde una perspectiva transdisciplinaria y con énfasis en el desarrollo metodológico e instrumental. A través de su tesis (proyecto de investigación) y de las optativas cursadas, cada estudiante podrá orientarse, dentro del programa, hacia uno u otro de los perfiles.

#### **Plan de Estudios:**

- 100 créditos (20 materias). No hay materias seriadas.
- **Area de Fundamentación:** Teoría Sociocultural de la Comunicación I y II; Sociología y Ética del Conocimiento; Ciencia, Cultura y Sociedad; Medios de difusión, ciencia, cultura y sociedad I y II.
- **Area de Proyectos:** Diseño e instrumentación de proyectos; Documentación científica y cultural; Métodos de investigación; Medios y lenguajes para la difusión científica y cultural; Proyectos I y II.
- **Area Complementaria:** Ocho materias a elegir entre, por ejemplo: Introducción a la ciencia contemporánea; Introducción a la producción cultural contemporánea; Historia de la ciencia; Historia de la cultura en México; Filosofía de la ciencia; Semiótica básica; Etnografía básica; Análisis del discurso; Estrategias de comunicación pública; Mercadotecnia social; Comunicación institucional; Didáctica de la difusión científica y cultural; Taller de difusión científica y cultural en medios impresos; Taller de difusión científica y cultural en medios audiovisuales; Taller de difusión científica y cultural en medios telemáticos; Taller de evaluación de proyectos.

#### **Planta de profesores 1998-2000:**

Mtra. Alejandra Aguilar (antropóloga)  
Dra. Karla Covarrubias (socióloga)  
Dr. Raúl Fuentes Navarro (comunicación)  
Mtro. Héctor Gómez Vargas (comunicación)  
Mtro. Francisco Hernández L. (sociólogo)  
Dr. Raúl H. Mora Lomelí (letras)  
Dr. Guillermo Orozco Gómez (comunicación)  
Dra. Ana Ramírez Carr (periodismo)  
Mtra. Diana Sagástegui R. (socióloga)  
Dra. Ana Isabel Zermeño (socióloga)

Dr. José Cebrián (filólogo e historiador)  
Mtra. Guadalupe Chávez (socióloga)  
Dr. Jesús Galindo (sociólogo y antropólogo)  
Dr. Jorge A. González (sociólogo y antrop.)  
Dr. Fernando Leal Carretero (filósofo y ling)  
Dr. Luis Adolfo Orozco (físico)  
Mtro. Carlos E. Orozco M. (periodismo)  
Dra. Rossana Reguillo Cruz (comunicación)  
Dra. Verónica Serrano P. (bióloga)

#### **Líneas de investigación:**

- Estrategias de comunicación y modelos de difusión científica y cultural
- Tecnología y sociedad
- Divulgación de la ciencia

**Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE),  
Centro de Estudios en Comunicación y Tecnología Educativas (CECTE):  
Posgrado Latinoamericano en Comunicación y Tecnologías Educativas**

**ILCE.** Guillermo Kelley Salinas, director general.

**CECTE.** Mtra. Emma López Pérez, subdirectora.

**Posgrado.** Lic. José Mario Martínez, coordinador.

Calle del Puente No 45, Col. Ejidos de Huipulco, 14380, Tlalpan, México DF.

Tels: 57 28 65 00 ext. 2701 y 2709, Fax 57 28 65 58 E-mail: [posgrado@ilce.edu.mx](mailto:posgrado@ilce.edu.mx)

Internet: [http://www.ilce.edu.mx/ilce/cecte/posgrado\\_latinoamericano.htm](http://www.ilce.edu.mx/ilce/cecte/posgrado_latinoamericano.htm)

**Antecedentes:**

- ILCE, fundado en 1956 por acuerdo de la UNESCO y el gobierno mexicano.
- Desde 1978, organismo internacional, integrado por Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Venezuela.
- Posgrado mediante el Sistema de Educación Abierta y a Distancia.

**Objetivo del Posgrado:**

Formar profesionales con conocimientos de las bases teórico-metodológicas y técnico-prácticas que, desde una perspectiva transdisciplinar, permiten abordar de manera crítica las problemáticas y necesidades de la educación, para formular soluciones creativas e innovadoras en diferentes ámbitos y modalidades dentro del contexto latinoamericano.

**Líneas de intervención:**

- Análisis sociológico, psicopedagógico y comunicacional de la problemática de la educación y el uso de nuevas tecnologías.
- Investigación sobre los múltiples procesos psicopedagógicos y comunicacionales que distinguen el desarrollo de las tecnologías educativas, según diversos sistemas y modalidades,
- Desarrollo de métodos y estrategias para uso de los medios y NTI con fines educativos, reconociendo el contexto sociocultural y económico de los destinatarios.
- Diseño de metodologías de análisis teórico y tecnológico de modelos, mensajes y usos de los medios y NTI, para fundamentar, consolidar y evaluar la implementación de innovaciones.
- Planificación, aplicación, administración y evaluación de programas y modelos educativos o comunicacionales en diferentes sectores, de acuerdo con la detección de necesidades y la formulación de tecnologías educativas.

**Plan de Estudios:**

Maestría: dos años y tres meses (112 créditos)

Especialidad: un año y tres meses (69 créditos).

Estructurado en módulos semestrales (dos unidades didácticas y dos talleres trimestrales), el programa de estudios tiene cuatro niveles académicos:

- Nivel de prerequisites: Foro informativo ILCE (4 hrs.); un curso abierto y a distancia sobre Educación para los medios de comunicación y nuevas tecnologías de información (UPN-ILCE); y un taller de cómputo básico.
- Nivel propedéutico: Módulo trimestral sobre Fundamentos teóricos de educación y comunicación y Taller de estudio independiente e investigación social.
- Nivel introductorio: Una vez aceptados definitivamente en el posgrado, los alumnos cursan el módulo de Investigación en Comunicación y Tecnologías Educativas, así como los talleres de Investigación documental sobre medios y tecnologías educativas y el de Diseño de proyectos de investigación.
- Nivel formativo: De acuerdo con su proyecto de tesis, los estudiantes pueden elegir cualquiera de los módulos correspondientes a la maestría (tres) o bien a la especialidad (uno).

**Áreas opcionales de especialización:**

Tecnología educativa	Educación a distancia
Comunicación educativa	Informática educativa
Video y televisión educativas	Radio educativa
Usos educativos de medios de comunicación y nuevas tecnologías de información.	

Estas áreas son las líneas de investigación y desarrollo del ILCE para las tesis de los alumnos del posgrado, quienes pueden elegir su objeto de estudio conforme sus intereses y criterios personales o institucionales.

**Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer A.C.: Maestrías  
en Comunicación Institucional, Publicidad, y Comunicación Política**

**CADEC.** Dra. Ivonne Raso Arcaute, coordinadora académica.  
Miguel Angel de Quevedo 16, Col. Ex-hacienda de Guadalupe Chimalistac, 01050 DF.  
Tel. 56 61 60 20. E-mail: iraso@bsmx.com  
Internet: <http://www.cadec.edu.mx/Pages/maestrías.html>

**Antecedentes:**

- CADEC fundado en 1987.
- Ofrece licenciaturas, maestrías, especialidades y diplomados.
- Maestrías con reconocimiento de Validez Oficial de Estudios por la SEP.

**Objetivos:**

- **De la Maestría en Comunicación Institucional:**

Analizar y profundizar en el concepto y la teoría de la comunicación institucional, en sus dimensiones de coordinación y reproducción social para comprender su papel en la regulación de las instituciones públicas.

- **De la Maestría en Publicidad:**

Analizar, construir y profundizar en el concepto de la publicidad, su función y responsabilidad social, los procesos que involucra y las áreas de conocimiento, formación y capacitación que requiere para su ejercicio. Conocer a profundidad las ciencias y técnicas de la comunicación pertinentes para el estudio del mensaje y el uso de los medios de comunicación colectiva en publicidad.

- **De la Maestría en Comunicación Política:**

Analizar, construir y profundizar en el concepto de la comunicación política, función y responsabilidad social, los procesos que involucra y las áreas de conocimiento, formación y capacitación que requiere para su ejercicio. Conocer a profundidad las ciencias y técnicas de la comunicación política pertinentes para el desarrollo de estrategias, estudio del mensaje y el uso de los medios de comunicación colectiva.

**Perfil del egresado:**

- **De la Maestría en Comunicación Institucional:**

Persona altamente capacitada teórica, metodológica y técnicamente para analizar, comprender y organizar en instituciones públicas y privadas, los procesos de obtención, elaboración, difusión e intercambio de información que dichas instituciones requieren para realizar sus funciones de regulación (auto y heterorregulación).

- **De la Maestría en Publicidad:**

Persona altamente capacitada teórica, metodológica y técnicamente para analizar, desarrollar e integrar los procesos comunicativos creativos y administrativos que involucra la actividad publicitaria para reflejar y responder a los objetivos comerciales de una empresa, así como a los aspectos sociales y ambientales del contexto en que dicha actividad se realiza.

- **De la Maestría en Comunicación Política:**

Personas altamente capacitadas teórica, metodológica y prácticamente para analizar, desarrollar e integrar los elementos que involucra el proceso de comunicación política para reflejar y responder al contexto imperante en que dicha actividad se realiza. Personas capaces de llevar a cabo intervenciones en el campo de la comunicación política para el beneficio de la sociedad. Personas capaces de combinar la multidisciplinariedad que involucra el desarrollo completo del proceso de comunicación política. Estrategas en el campo de la comunicación política.

**Planes de Estudios:**

- **De la Maestría en Comunicación Institucional:**

- |  |  |
|--|--|
| (1) Seminario de la Teoría de la Comunicación.<br>Seminario de Teoría de las Organizaciones.<br>Seminario de Geografía Sociopolítica de México.<br>Taller de Estadística aplicada a la comunicación. | (2) Seminario de Comunicación Institucional<br>Seminario de Análisis de los Actores de la C.<br>Taller de Análisis de la Opinión Pública.<br>Taller de Procesamiento de Información.     |
| (3) Seminario de sistemas y medios expresivos.<br>Taller de técnicas de análisis de contenido.<br>Taller de técnicas de la expresión verbal.<br>Seminario de proyectos de Com. Institucional I.      | (4) Taller de medios y acciones comunicat.<br>Taller de producción de materiales impresos.<br>Taller de producción de materiales audiovis.<br>Seminario de proyectos de Com. Instit. II. |

- **De la Maestría en Publicidad:**

Curso propedéutico: Seminario de Publicidad y Sociedad.

- |  |   |
|--|---|
| (1) Seminario de Teoría de la Comunicación.<br>Seminario de Geografía Sociopolítica de México.<br>Taller de Estadística aplicada a la comunicación.<br>Seminario de Mercadotecnia. | (2) Taller de Análisis del Consumidor.<br>Taller de elaboración del mensaje publicit.<br>Seminario de creatividad publicitaria.<br>Taller de arte y literatura en publicidad. |
| (3) Taller de administración del proceso publicit.<br>Taller de uso de los medios en publicidad.<br>Seminario de ética de la comunicación.<br>Seminario de tesis.                  | (4) Taller de contacto con el cliente.<br>Taller de creatividad.<br>Taller de medios.<br>Taller de investigación.   |

- **De la Maestría en Comunicación Política:**

- |   |  |
|---|--|
| (1) Seminario de Teoría de la Comunicación.<br>Seminario de Mercadotecnia Política.<br>Seminario de Geografía Sociopolítica de México.<br>Seminario de Teoría Política. | (2) Taller de análisis del consumidor político.<br>Seminario de teoría del Estado mexicano.<br>Taller de análisis de la Opinión Pública.<br>Taller de estrategias de com.propagandística |
| (3) Taller de uso de medios.<br>Seminario de ética de la comunicación.<br>Taller de análisis del discurso político.<br>Seminario de tesis.                              | (4) Sem.de uso de modelos de optimización.<br>Taller de creatividad y producción.<br>Taller de medios<br>Taller de investigación.  |

## **Universidad Intercontinental, Escuela de Ciencias de la Comunicación: Maestría en Guionismo**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación.** Lic. Diana Cardona, directora.  
**Maestría en Guionismo.** Mtro. Bernardo Russi Alzaga, coordinador.  
Insurgentes Sur 4303, Tlalpan, 01420 México, DF  
Tel. 55 73 85 44 ext. 1210 y 1259. E-mail: [abrussiadetel.net.mx](mailto:abrussiadetel.net.mx)  
Internet: <http://www.uic.edu.mx/PlanEstudios/Maestrias/Guionismo/guionismo.htm>

### **Antecedentes:**

- Maestría abierta en agosto de 1996. 27 estudiantes, 1 egresado.
- Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios por la SEP.

### **Objetivos generales:**

- La Maestría en Guionismo atiende la necesidad de que los guionistas adquieran la cultura de información con las que se requiere construir productos comunicativos adecuados para los públicos que cada día son más complejos y, también, atender a la necesidad profesional sin descartar la inserción del egresado en el ámbito docente y de la investigación.
- El programa pretende proporcionar a los alumnos los elementos necesarios para que, a partir de la investigación y el análisis, logren diseñar y producir guiones literarios y técnicos para los medios de comunicación, proponiendo mensajes originales, así como realizar adaptaciones de calidad dentro de un contexto de responsabilidad social.

### **Plan de Estudios:**

(1) Análisis de la realidad social  
Seminario de investigación de la comunicación  
Lingüística  
Taller de creatividad

(2) Análisis literario  
Género dramático  
Taller de guionismo literario  
Técnicas de puesta en escena

(3) Género narrativo I  
Guionismo para medios audiovisuales  
Taller de adaptación literaria a los MMC  
Guionismo para radio

(4) Género narrativo II  
Guionismo para televisión  
Guionismo para cine  
Seminario de tesis.

### **Líneas de investigación:**

- Relación entre literatura y medios de comunicación. Mtra. Silvia Casillas.
- Estudios de públicos de los medios de comunicación y el diseño y planeación de mensajes. Mtro. Bernardo Russi.
- Planeación de la comunicación y etnometodología de públicos de los medios. Dr. Reginald Clifford.

**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)  
Campus Monterrey: Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación**

**Dirección de posgrados en Computación, Información y Comunicación.** Dr. Carlos Scheel Mayernberg, director.

**Maestría en Comunicación.** Dr. José Carlos Lozano Rendón, coordinador.

Av. Eugenio Garza Sada 2501, Col. Tecnológico, 64849 Monterrey, NL.

Tel. (8) 358 20 00 ext. 6866. E-mail: [jclozano@campus.mty.itesm.mx](mailto:jclozano@campus.mty.itesm.mx)

Internet: <http://www.mty.itesm.mx/dcic/maestrias/mco/>

**Antecedentes:**

- Programa abierto en agosto de 1994.
- Acuerdo especial de apoyo de excelencia por CONACYT.
- 37 titulados hasta enero de 1999.

**Objetivos:**

Formar maestros en comunicación con amplios conocimientos metodológicos y teóricos en las áreas más novedosas de la comunicación, a través de las líneas de innovación y creatividad:

• **Comunicación internacional:**

Análisis de las transformaciones tecnológicas y económico-políticas de las industrias culturales en el mundo, en especial en Norteamérica (Canadá, Estados Unidos y México) y en América Latina en el contexto de la globalización y la apertura económica.

• **Nuevas tecnologías:**

Identificar y analizar el impacto de la convergencia digital de tecnologías en las estructuras sociales, económicas y políticas de los países, las regulaciones legales en que se desarrollan y las características de sus procesos de producción, distribución y manejo para diseñar nuevas propuestas.

• **Comunicación de masas:**

Determinar el impacto de los nuevos sistemas de comunicación, y en especial de los extranjeros, en la cultura y la identidad nacional de los mexicanos. Explorar los procesos de uso, apropiación y consumo de mensajes transnacionales por parte de las audiencias. Analizar el contenido de textos y discursos políticos sobre relaciones de México con otros países, reglamentación de nuevas tecnologías, procesos electorales comparados (México y otros países).

• **Producción de cine y video documental:**

Diseñar, producir y evaluar mensajes comunicacionales que respondan a las necesidades detectadas a nivel conceptual en las líneas de investigación establecidas.

**Plan de Estudios:**

• **Materias previas:**

Introducción al estudio de la comunicación

Introducción a los medios audiovisuales.

- **Materias básicas:**

Liderazgo para el desarrollo sostenible  
Comunicación internacional

Comunicación de masas  
Metodología de la investigación

- **Materias obligatorias de especialidad:**

Nuevas tecnologías: usos y aplicaciones  
Multimedios

Medios electrónicos I

- **Materias optativas de especialidad: (seleccionar tres)**

Integración y flujos de comunicación  
Implicaciones e impacto de las NT  
Teoría y diseño organizacional  
Medios electrónicos II  
Tópicos en producción de medios  
Comunicación integral de mercados

Comunicación, cultura y globalización  
Problemas económicos y políticos  
Tópicos en comunicación internacional  
Edición de imagen y sonido  
Imagen corporativa  
Estudio dirigido

- **Innovación y competitividad:**

Tesis I  
Tesis y Proyectos III

Tesis y Proyectos II

**Planta de profesores:**

Dr. José Rafael López Islas  
Dr. Juan Manuel Rodríguez  
MFA Steve McIntyre  
Dr. Oscar Ochoa  
Mtro. Daniel Cabrera

Dr. José Carlos Lozano Rendón  
Dra. Lucrecia Lozano  
Dra. Gabriela Pedroza  
Mtra. Cristina Cervantes  
Mtro. Jorge González

**Universidad Anáhuac, Escuela de Ciencias de la Comunicación:  
Maestrías en Comunicaciones Corporativas, Mercadotecnia y Publicidad,  
y Planeación Estratégica de los Medios**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación:** Dr. Carlos Gómez Palacio y C., director.  
**Maestría en Comunicaciones Corporativas:** Mtro. J. Jesús González Almaguer, coord.  
**Maestría en Mercadotecnia y Publicidad:** Mtro. Alfonso Verduzco, coordinador.  
**Maestría en Planeación Estratégica de Medios:** Dr. Carlos Gómez Palacio y C. coord.  
Av. Lomas Anáhuac s/n, Col. Lomas Anáhuac, 52760 Huixquilucan, Edomex.  
Tel. 56 27 02 10. E-mail: cgomezp@anahuac.mx, gjesus@anahuac.mx  
Internet: <http://www.anahuac.mx/posgrado/maes/anahuac.html>

**Antecedentes:**

- Maestrías en Comunicaciones Corporativas y en Mercadotecnia y Publicidad con reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la SEP.
- Maestría en Planeación Estratégica de Medios, programa ofrecido conjuntamente con la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad AMAP.

**Objetivo de la Maestría en Comunicaciones Corporativas:**

Formar cuadros de especialistas calificados para ocupar responsabilidades de alta dirección en comunicación corporativa y relaciones públicas para los negocios, con una clara visión de la importancia estratégica de la comunicación.

**Plan de Estudios de la Maestría en Comunicaciones Corporativas:**

**Primer trimestre:**

- Mercadotecnia estratégica
- Estadística descriptiva
- Análisis económico
- Persuasión

**Segundo trimestre:**

- Actores de la comunicación corporativa
- Conducta del consumidor
- Análisis de estados financieros
- Semiótica

**Tercer trimestre:**

- Comunicación intercultural
- Investigación cualitativa
- Opinión pública
- Planeación de medios

**Cuarto trimestre:**

- Identidad corporativa
- Rediseño de procesos
- Entorno socioeconómico mundial
- Planeación de acciones comunicativas

**Quinto trimestre:**

- Administración de recursos financieros
- Creatividad empresarial
- Expresión gráfica y comunicación visual

**Sexto trimestre:**

- Nuevas tecnologías
- Planeación estratégica
- Sistemas y medios expresivos

**Séptimo trimestre:**

- Análisis de contenido
- Liderazgo
- Comunicación empresarial

**Octavo trimestre:**

- Comportamiento organizacional
- Ética empresarial
- Sistemas integrados de comunicación

### **Claustro de profesores de la Maestría en Comunicaciones Corporativas:**

Mtro. Horacio Andrade Rodríguez de S.  
Mtro. Ernesto Cisneros Schaeffer  
Mtra. Delia Guadalupe Gómez Morales  
Mtro. J. de Jesús González Almaguer  
Mtra. Ana María Menéndez Marcín  
Mtro. Alejandro Recamier Angelini  
Mtra. Lilia Rosal Balduc  
Mtro. Roberto Eugenio Sánchez Mejorada C.

Mtro. Alejandro Byrd Orozco  
Dr. Roberto Delgado Gallart  
Dr. Carlos Gómez Palacio y Campos  
Mtro. Mauricio Guerrero Martínez  
Mtra. Leticia Ondina Muñoz  
Mtro. Juan Andrés Rincón González  
Mtro. Salvador Sánchez Gutiérrez  
Mtro. Fulvio Vaglio Bertola

### **Objetivo de la Maestría en Mercadotecnia y Publicidad:**

Formar cuadros de especialistas e investigadores altamente calificados y competitivos tanto a nivel nacional como internacional, con un conocimiento profundo acerca de las funciones, características y aplicaciones prácticas de la mercadotecnia y de la publicidad, tanto en las empresas nacionales como en las multinacionales, así como del papel central y estratégico que juegan las disciplinas relacionadas con dichos campos de estudio, en el desarrollo de cualquier producto y/o servicio, dentro del mundo globalizado y de apertura comercial contemporáneo.

### **Plan de Estudios de la Maestría en Mercadotecnia y Publicidad:**

#### Primer trimestre:

- Mercadotecnia estratégica
- Estadística descriptiva
- Análisis económico
- Persuasión

#### Segundo trimestre:

- Conducta del consumidor
- Estadística inferencial
- Análisis de estados financieros
- Semiótica

#### Tercer trimestre:

- Desarrollo de nuevos productos
- Investigación cualitativa
- Investigación de operaciones
- Planeación demedios

#### Cuarto trimestre:

- Estrategias de precios
- Investigación cuantitativa
- Creatividad empresarial
- Nuevas tecnologías

#### Quinto trimestre:

- Estrategias de distribución y fuerza de ventas
- Técnicas avanzadas de investigación de mercados y análisis de datos
- Estrategias de mezcla promocional

#### Sexto trimestre:

- Mercadotecnia política
- Mercadotecnia social
- Planeación estratégica

#### Séptimo trimestre:

- Mercadotecnia de servicios
- Comunicación empresarial
- Liderazgo

#### Octavo trimestre:

- Mercadotecnia internacional
- Mercadotecnia de franquicias
- Ética empresarial

### **Claustro de Profesores de la Maestría en Mercadotecnia y Publicidad:**

Dr. Alfonso Alarcón Garduño  
Dr. Roberto Delgado Gallart

Dr. Javier Cervantes Aldana  
Mtro. Nemesio Delgado Largo

Dr. Carlos Gómez Palacio y Campos  
Mtro. Mauricio Guerrero Martínez  
Mtra. Lilia Rosal Balduc  
Mtro. Miguel Angel Serrano González  
Mtro. Leonardo Alfonso Verduzco Dávila

Mtro. J. de Jesús González Almaguer  
Dr. Abraham Nosnik Ostrowiak  
Mtro. Roberto Eugenio Sánchez Mejorada C.  
Mtro. Fulvio Vaglio Bertola  
Mtra. Karen Zwaiman Samuel

### **Objetivo de la Maestría en Planeación Estratégica de Medios:**

Formar cuadros de expertos capacitados para desempeñar funciones y asumir responsabilidades en las áreas de medios, planeación estratégica e investigación de mercados, en cuatro diferentes sectores de la industria publicitaria: agencias de publicidad, anunciantes, medios de comunicación y centrales de medios.

### **Plan de Estudios de la Maestría en Planeación Estratégica de Medios:**

#### Primer semestre:

- Administración de medios
- Planeación de medios
- Sistemas de medios
- Historia de los medios en México
- Técnicas de comunicación empresarial
- Análisis económico
- Estadística descriptiva
- Taller de prácticas profesionales I

#### Tercer semestre:

- Conducta del consumidor
- Desarrollo de nuevos productos
- Métodos de investigación publicitaria
- Taller de prácticas profesionales III

#### Segundo semestre:

- Teorías de la persuasión
- Planeación estratégica
- Nuevas tecnologías aplicadas a la planeación de medios
- Legislación de medios
- Estrategias de negociación
- Análisis de estados financieros
- Estadística inferencial
- Taller de prácticas profesionales II

#### Cuarto semestre:

- Seminario de investigación
- Ética empresarial
- Técnicas avanzadas de investigación de mercados y análisis de datos
- Taller de prácticas profesionales IV

### **Líneas de investigación de la Maestría en Planeación Estratégica de Medios:**

- Desarrollo del mercado
- Estructura socioeconómica y demográfica de la población
- Perfil psicográfico de los consumidores
- Hábitos de exposición a los medios
- Conducta del consumidor
- Efectividad de los medios
- Interrelación de las principales variables de medios.

## Universidad Anáhuac, Escuela de Diseño: Maestría en Semiótica

**Maestría en Semiótica.** Dr. Benjamín Mayer Foulkes, coordinador.  
Av. Lomas Anáhuac s/n, Col. Lomas Anáhuac, 52760 Huixquilucan, Edomex.  
Tel. 56 27 02 10. E-mail: [bmayer@anahuac.mx](mailto:bmayer@anahuac.mx), [bmayer@df1.telmex.net.mx](mailto:bmayer@df1.telmex.net.mx)  
Internet: <http://www.anahuac.mx/posgrado/maes/anahuac.html>

### Antecedentes:

- Programa abierto en 1995. 36 egresados.
- Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios por la SEP.

### Objetivo:

Formar profesionales en semiótica -el estudio de la significación- capaces de investigar y aplicar productivamente los conocimientos de esta disciplina en una amplia gama de ámbitos concretos, sean éstos académicos o no.

### Plan de Estudios:

#### Primer trimestre:

- Producción creativa
- Análisis creativo
- Organización creativa
- Pensamiento creativo

#### Segundo trimestre:

- Estrategias de análisis I
- El discurso social y cultural contemp.
- El discurso estético y artístico contemp.
- El discurso científico y tecnológico contemporáneo.

#### Tercer trimestre:

- Estrategias de análisis II
- Introducción a la semiótica I
- El discurso filosófico contemporáneo I
- Producciones contemporáneas

#### Cuarto trimestre:

- Estrategias de análisis III
- Introducción a la semiótica II
- El discurso filosófico contemporáneo II

#### Quinto trimestre:

- Semiótica: textos y análisis I (1)
- Semiótica: textos y análisis II (1)
- Seminario de investigación y divulgación

#### Sexto trimestre:

- Semiótica: textos y análisis I (2)
- Semiótica: textos y análisis II (2)
- Seminario de investigación y divulgación

#### Séptimo trimestre:

- Semiótica: textos y análisis III (1)
- Semiótica: textos y análisis IV (1)
- Seminario de investigación y divulgación

#### Octavo trimestre:

- Semiótica: textos y análisis III (2)
- Semiótica: textos y análisis IV (2)
- Seminario de investigación y divulgación

### Claustro de profesores:

Dr. Roberto Ehrman Fiorio  
Dr. César González Ochoa (SNI)  
Lic. Andrés de Luna Olivo  
Dr. Raymundo Mier Garza (SNI)  
Dr. Ilán Semo Groman  
Mtro. Fulvio Vaglio Bertola

Dr. Roberto Flores Ortiz (SNI)  
Mtra. Krystyna Libura Sluskiwicz  
Dr. Benjamín Mayer Foulkes (SNI)  
Mtro. Raúl Quesada García  
Mtra. Martha Tappan Velázquez  
Mtra. Monique Vercamer Duquenoy

**Universidad de Occidente, Coordinación General de Investigación y  
Posgrado: Maestría en Tecnologías y Estrategias de la Comunicación**

Maestría en Tecnologías y Estrategias de la Comunicación. Lic. Anajilda Mondacca, responsable.

Carretera Culiacancito Km. 1.5, 80020 Culiacán, Sin.

Tel. (67) 54 04 95, E-mail: [mondacca@culiacan.udo.mx](mailto:mondacca@culiacan.udo.mx)

Internet: <http://www.udo.mx/mtecyesc.html>

**Antecedentes:**

- Programa abierto en 1997.

**Objetivo general:**

Formar profesionales que a partir del manejo de modelos del orden conceptual en materia de comunicación, utilicen las herramientas de la investigación para prever las transformaciones de la práctica comunicacional, y puedan diseñar, instrumentar y dirigir los procesos de cambio e innovación que sean necesarios para adaptar a las organizaciones y sus procesos a las nuevas tecnologías.

**Áreas de acentuación:**

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicación estratégica<ul style="list-style-type: none"><li>• Estrategias sobre desastres naturales</li><li>• Estrategias para rescates socioculturales</li><li>• Estrategias para especies en extinción</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicación educativa<ul style="list-style-type: none"><li>• Uso de las tecnologías multimedia educativa</li><li>• Procesos de producción de medios educativos</li><li>• Educación tecnológica</li><li>• Comunicación y transculturación</li></ul></li></ul> |
|--|---|

**Perfil del egresado:**

El egresado de la maestría en tecnologías y estrategia de la comunicación será capaz de aplicar las metodologías de la investigación comunicacional más adecuadas para el análisis y tratamiento de problemas vitales, políticos y de empresa en su comunidad; identificar y desarrollar funciones alternativas de los medios de comunicación en relación a la ciencia; realizar investigaciones científicas en las áreas de la comunicación estratégica.

**Líneas de investigación:**

- Comunicación y estrategia del desarrollo
- Cambio comunicativo y cultural
- Tecnología y sociedad
- Procesos de producción de medios

**Universidad Autónoma de Aguascalientes, Dirección General de Investigación y Posgrado, Departamento de Sociología: Maestría en Sociología de la Cultura**

**Maestría en Sociología de la Cultura.** Mtro. Fernando Plascencia, coordinador.  
Av. Universidad 940, Col. Los Bosques, 20200 Aguascalientes, Ags.  
Tel. (49) 10 74 00, E-Mail: [fplascen@correo.uaa.mx](mailto:fplascen@correo.uaa.mx)  
Internet: <http://www.uaa.mx/dgip/index.htm>

**Antecedentes:**

- Modalidad de educación semiabierta.

**Objetivo:**

El objetivo de la maestría en sociología de la cultura es formar recursos humanos altamente capacitados para la investigación social en el campo de la producción, circulación y consumo de bienes culturales.

**Perfil del egresado:**

El alumno conocerá los sistemas de la teoría cultural actual y los aplicará en su investigación como modelo explicativo; el alumno conocerá los desarrollos monográficos más importantes en el debate contemporáneo sobre la cultura, y a partir de éstos como modelos, problematizará el campo de los fenómenos culturales; El alumno profundizará en su área temática de investigación, a partir de estudios empíricos particulares; el alumno tendrá las habilidades necesarias para seleccionar las teorías, métodos y técnicas que convengan a la investigación que realizan, con el objeto de producir conocimientos originales sobre realidades sociales.

**Plan de Estudios:**

**Primer semestre:**

- Teorías de la cultura
- Metodología
- Taller de Investigación I

**Segundo semestre:**

- Cultura organizacional
- Taller de Investigación II

**Tercer semestre:**

- Cultura y religión
- Taller de Investigación III

**Cuarto semestre:**

- Culturas populares
- Taller de Investigación IV

**Áreas de investigación:**

- Grupos de Poder
- Cultura Popular y Masiva

**Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias de la Comunicación:  
Maestría en Comunicación**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación.** Lic. Arturo García Niño, director.  
**Maestría en Comunicación.** Mtra. Elizabeth Bonilla Loyo, coordinadora.  
Calzada Reyes Heróles 136, Costa Verde, 94224 Boca del Río, Ver.  
Tels. (29) 21 60 30, 21 74 04, 21 60 60. E-mail: [elibon@acnet.net](mailto:elibon@acnet.net)  
Internet: <http://www.uv.mx/posgrados/mae/mae-comu.html>

**Objetivos generales:**

- Formar profesionales de alto nivel en el área de la comunicación, capaces de desarrollar actividades de docencia e investigación, así como asesoría en diseño de estrategias comunicacionales; diagnóstico institucional, planificación de medios, estrategias y políticas de comunicación social, estrategias de información, análisis de información social, entre otros.
- Propiciar espacios de reflexión y acción en el campo de la comunicación, a través de una formación integradora e interdisciplinaria que estimule la cultura de comunicación y la cultura de información.

**Perfil de egreso:**

La Maestría en Comunicación aspira a formar profesionales comprometidos con su práctica profesional por lo que se espera sean capaces de: aplicar conocimientos teórico-metodológicos en el campo de la comunicación con el propósito de elevar el nivel de la docencia; participar en equipos interdisciplinarios en el desarrollo de proyectos de investigación en comunicación; diseñar y aplicar en el contexto institucional, social y cultural, políticas y estrategias para la planeación y dirección de procesos comunicacionales; diseñar estrategias de análisis y planificación de medios en instituciones públicas y privadas.

**Plan de Estudios:**

**Cuatrimestre de Prerrequisitos:**

- Introducción a las teorías de la com.
- Nuevas tecnologías de la inf. y la com.
- Introducción a la metodología de la com.
- Proyecto de investigación

**Primer cuatrimestre:**

- Sociología de la comunicación
- Comunicación y organización
- Comunicación internacional
- Seminario de Internet
- Seminario de Investigación I

**Segundo cuatrimestre:**

- Comunicación en el pensamiento cont.
- Comunicación interpersonal en la org.
- Economía de la información
- Técnicas de investigación en cultura, sociedad y comunicación I
- Seminario de Investigación II

**Tercer cuatrimestre:**

- Comunicación y Sociedad
- Diagnóstico organizacional
- Comunicación Política I
- Técnicas de investigación en cultura, sociedad y comunicación II
- Seminario de Investigación III

**Cuarto cuatrimestre:**

- Comunicación y cultura
- Planeación de la comunicación
- Comunicación Política II
- Técnicas de investigación en cultura, sociedad y comunicación III
- Seminario de Investigación IV

**Quinto cuatrimestre:**

- Perspectivas de formación profesional e investigación de la comunicación
- Estrategias de com. en la organización
- Políticas y estrategias de la com. en Mx.
- Comunicaciones electrónicas en la org.
- Seminario de Investigación V

**Sexto cuatrimestre:**

- Teorías de la comunicación
- Metodología de la comunicación
- Seminario de Investigación VI.

**Líneas de Investigación:**

- Teorías de la comunicación
- Comunicación y cultura
- Comunicación y Medios
- Comunicación y gestión política
- Comunicación organizacional.

**Universidad Regiomontana, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales,  
Escuela de Comunicación: Maestría en Comunicación**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación.** Mtro. José Jaime Pacheco R., director.  
**Maestría en Comunicación.** Lic. Laura Márquez Elenes, responsable.  
Degollado 620, Col. Obispado, 64010 Monterrey NL.  
Tel. (8) 348 76 04, 348 76 03. E-mail: [jpacheco@mail.ur.mx](mailto:jpacheco@mail.ur.mx), [lmarquez@mail.ur.mx](mailto:lmarquez@mail.ur.mx)  
Internet: <http://www.ur.mx/ur/fachycs/index.htm>

**Objetivos:**

- Proporcionar un marco de referencia para el análisis crítico del impacto que las tecnologías de la comunicación y la información tienen en la sociedad y la cultura.
- Proveer especialización en la planeación, diseño, desarrollo y evaluación de estrategias de comunicación para la implementación de proyectos en las diferentes organizaciones.

**Plan de Estudios:**

- Sociedad y medios
- Periodismo de investigación
- Educación, mediación y tecnología
- Medios e innovación
- Discurso periodístico
- Sistemas y medios de comunicación organizacional
- Semiótica de la imagen
- Periodismo y nuevas tecnologías
- Creatividad y procesos organizacionales
- Taller de producción multimedia
- Proyectos educativos apoyados en tecnología
- Marco jurídico y ética en los medios
- Seminario I
- Seminario II

## **Universidad del Bajío AC (UBAC), Escuela de Ciencias de la Comunicación: Maestría en Publicidad**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación.** Lic. Gerardo González del C., director  
Av. Universidad s/n, Col.Lomas del Campestre, 37150 León, Gto.  
Tel: (47) 18 52 52 ext. 130. E-mail: ggonzale@ubac.edu.mx  
Internet: <http://www.ubac.edu.mx/>

### **Antecedentes:**

- Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios por la SEP

### **Objetivos generales:**

- Conocer la metodología de las campañas publicitarias
- Conocer las técnicas empleadas en la publicidad moderna
- Promover la superación académica, profesional y de docencia de los egresados de las licenciaturas afines a la comunicación y la publicidad
- Diagnosticar las necesidades del consumidor en un mercado determinado, para el correcto diseño de una campaña publicitaria
- Generar información necesaria para el desarrollo social y académico en el área de publicidad
- Asesorar y realizar de manera especializada estudios y proyectos de publicidad
- Realizar trabajos de investigación sobre campañas publicitarias.

### **Plan de Estudios: (cinco cuatrimestres)**

- Semiótica de la imagen publicitaria
- Estadística aplicada a la investigación
- Estrategia de mercadotecnia
- Pensamiento creativo
- Investigación I
- Diseño de la campaña publicitaria
- Investigación II
- Administración de productos, nuevos productos y precios
- Comportamiento del consumidor
- Implementación y control de campañas publicitarias
- Fundamentos de docencia universitaria
- Mercadotecnia de servicios
- Tecnología de promoción y publicidad.

**Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), Facultad de Ciencias  
Sociales y de la Salud, Departamento de Comunicación:  
Maestría en Comunicación Social e Institucional**

**Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud.** Dr. Baltasar Castro Cosío, decano.  
**Departamento de Comunicación.** Lic. Alina García Barba, jefe.  
**Maestría en Comunicación Social e Institucional.** Mtro. Andrés Guzmán Soto, coord.  
Av. Tepeyac 4800, Col. Mirador del Sol, 45050 Zapopan, Jal.  
Tel. (3) 628 62 73.

**Antecedentes:**

- Programa en proceso de aprobación por la SEP (1999)

**Objetivos:**

- Formar profesionales de la comunicación cualificados para responder a las necesidades y perspectivas actuales de las instituciones, empresas de medios y organizaciones sociales, partiendo de los escenarios tendenciales y alternativos en comunicación.
- Proporcionar el necesario dominio de la disciplina de la comunicación para formar personas capacitadas en el análisis de los problemas de comunicación nacionales, la gestión comunicativa en las empresas y organizaciones públicas y privadas, el desarrollo de las empresas e instituciones de comunicación, y la investigación de la comunicación.
- Desarrollar en el alumno una visión objetiva, racional, crítica, de trabajo en equipo y liderazgo a través del desarrollo de un ambiente académico en el que el conocimiento, las actitudes y sus aplicaciones contribuyan al desarrollo de las instituciones y empresas de comunicación, su medio social y de una nueva cultura de comunicación en las organizaciones.
- Desarrollar en el alumno la capacidad de enfrentar y resolver problemas con carácter global ya que la realidad rebasa las fronteras de la disciplina de la comunicación, incidiendo de una manera más efectiva en el manejo de la información.
- Integrar los aprendizajes de la investigación en comunicación a la función de producción con el fin de consolidar el avance de la ciencia y la tecnología, así como el estudio crítico, constructivo y propositivo de asuntos de interés regional y/o nacional.
- Proporcionar las habilidades necesarias para el planteamiento y solución de problemas novedosos y complejos a través de la investigación, como forma de aprendizaje y como ejercicio de búsqueda.
- Lograr desarrollar en el alumno las herramientas necesarias para la gestión, planeación y evaluación de procesos de comunicación social e institucional.
- Desarrollar competencias que le permitan establecer mejoras en modelos y procesos de comunicación.

### **Plan de Estudios:**

- Teorías sociales de la comunicación
- Teorías socioculturales de la com.
- Teoría de las instituciones y organiz.
- Culturas organizacionales
- Asesoría y consultoría en comunicación
- Escenarios teóricos y campos profesionales de la com. en México
- Marco legal y normativo de com. en instituciones y organizaciones en Méx.
- Seminario de globalización, interdependencia y desarrollo regional
- Prospectiva de la comunicación social e institucional en México
- Tecnologías de comunicación social e institucional
- Metodología de la investigación
- Métodos cuantitativos de investigación
- Métodos cualitativo de investigación
- Seminario de diseño de proyectos inv.
- Seminario de desarrollo de proyectos
- Seminario de tesis en comunicación
- Administración estratégica de la com.
- Taller de análisis de audiencias
- Taller de planeación estratégica de la comunicación en las organizaciones
- Taller de herramientas de comunicación en las organizaciones
- Seminario de estrategias de producción y difusión de mensajes
- Seminario de estrategias de liderazgo social e institucional
- Seminario de proyectos de intervención en comunicación en las organizaciones
- Gestión de ambientes de comunicación en las organizaciones.

### **Líneas de investigación:**

- Audiencias de los medios de comunicación
- Procesos de comunicación en instituciones y organizaciones
- Análisis de los contenidos de los mensajes de los medios de comunicación
- Gestión, desarrollo e intervención de ambientes de comunicación

**Universidad de Colima, Centro Universitario de Investigaciones  
Sociales (CUIS), Doctorado en Ciencias Sociales**

**Doctorado en Ciencias Sociales.** Dra. Ana Isabel Zermeño Flores, coordinadora.  
Av. Gonzalo de Sandoval 444, Col. Las víboras, 28040 Colima, Col.  
Tel. (331) 3 03 97 ext. 161 y 162. E-Mail: anaz@cgic.ucol.mx  
Internet: <http://www.ucol.mx/docencia/planes/doctorados/sociales/>

**Objetivo:**

Formar investigadores y docentes altamente calificados, capaces de producir conocimientos novedosos y complejos sobre todos los niveles de la realidad social desde una perspectiva multi y transdisciplinar.

**Perfil del egresado:**

El egresado será capaz de realizar investigación original, novedosa e independiente, de alto nivel académico en diferentes ámbitos de las ciencias sociales y humanidades, organizar y dirigir grupos transdisciplinarios de investigación, diseñar programas de desarrollo tecnológico para rescatar la perspectiva social y humana en un mundo altamente preocupado por la tecnología y realizar tareas de docencia en licenciatura y posgrado.

**Líneas de investigación:**

- Cultura
- Comunicación
- Educación
- Historia
- Ciencia política
- Administración pública
- Estados Unidos y Canadá
- Estudios regionales.

**Plan de Estudios:**

- Teoría social I
- Metodología y técnicas de investigac. I
- Seminario de investigación I
- Taller de tesis I
- Teoría social II
- Metodología y técnicas de investigac. II
- Seminario de investigación II
- Taller de tesis II
- Seminario de investigación III
- Taller de tesis III
- Seminario de investigación IV
- Taller de tesis IV
- Seminario de investigación V
- Taller de tesis V
- Seminario de investigación VI
- Taller de tesis VI

**Planta académica de tiempo completo:**

Dra. Avital Bloch (SNI)  
Dr. Rogelio de la Mora  
Dr. Jesús Galindo C. (SNI)  
Dr. Servando Ortoll (SNI)

Dra. Ana I. Zermeño (SNI)  
Dra. Karla Y. Covarrubias (SNI)  
Dr. Eliézer de los Santos (SNI)  
Dr. Jorge A. González (SNI)  
Dr. Pablo Serrano (SNI)

**Universidad Autónoma de Yucatán, Facultad de Ciencias  
Antropológicas: Doctorado en Ciencias de la Información**

**Doctorado en Ciencias de la Información.** Mtro. Irving Berlin Villafaña, coordinador.  
Calle 76 Número 455-LL entre 41 y 43 Mérida, Yuc.  
Tel. (99) 23 59 49. E-mail: bvillaf@tunky.uady.mx

**Antecedentes:**

- Programa en convenio con la Universidad de La Laguna, Tenerife España.
- Iniciado en agosto de 1998.
- Título otorgado por la Universidad de La Laguna.

**Plan de Estudios:**

- 32 créditos (320 horas/clase) más defensa de la tesis doctoral.
- Programa de cursos presenciales en Mérida (agosto de 1998 y agosto de 1999):
  - Metodología de la tesis doctoral.
  - Reflexiones sobre la prensa en América Latina
  - Metodología cualitativa en estudios de caso.
  - Producción audiovisual de vanguardia.
  - Metodología de investigación en comunicación de masas.
  - Metodología de la investigación en periodismo especializado.
  - Libertades públicas.
  - Mundialización y orden informativo.
  - Errores del texto periodístico.
  - Estudio teórico de mensajes de opinión.
  - Tecnología, lengua y comunicación.
  - Análisis del mensaje televisivo.
  - Informática y comunicación.
  - Producción de radio.
  - Mediápolis.
  - Rumor, comunicación y política.
  - La documentación, instrumento imprescindible en el periodismo del futuro.

**Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Políticas  
y Administración Pública: Doctorado en Ciencias Sociales**

Cerro de Coatepec s/n. Ciudad Universitaria 50000 Toluca, Edomex.  
Tel. (72) 15 92 80. E-mail: jaam@coatepec.uaemex.mx

**Antecedentes:**

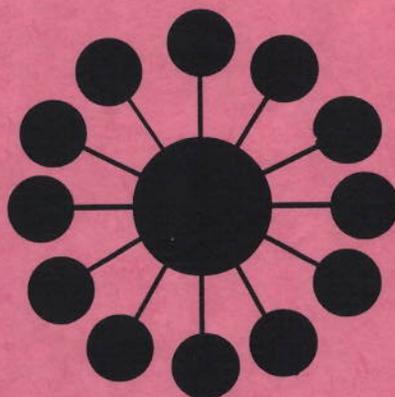
- Programa en proceso de aprobación (1999).

**Perfil del egresado:**

Al término del programa de doctorado se espera aportar a la sociedad investigadores formados dentro de las diferentes áreas de investigación contempladas y que sean capaces de proponer trabajos originales, innovadores y críticos en el terreno de estudio de la problemática social. Atendiendo, por un lado, a la discusión y aportes más recientes de las ciencias sociales, y por el otro, al estudio de los fenómenos que se presenten como fundamentales para el desarrollo de la sociedad.

**Estructura curricular: (seis semestres)**

- Primer ciclo: actualización académica y registro del proyecto de investigación.
  - Area de Teoría y Metodología:
    - Taller de diseño de proyecto
    - Seminario de actualización en Ciencias Sociales
    - Seminario optativo
  - Area Técnico-Instrumental:
    - Talleres optativos
- Segundo ciclo: investigación. Adscripción a un área:
  - Area de Desarrollo Regional y Estudios Territoriales
  - Area de Administración y Políticas Públicas
  - **Area de Educación, Cultura y Comunicación**
  - Area de Sociedad y Política.



**CONEICC**

---

Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación

**DIRECTORIO DE PARTICIPANTES**

Reuniones Nacionales de Posgrados e Investigación en Comunicación

**DIRECTORIO**

	<b>INSTITUCION</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>E-MAIL</b>	<b>TELÉFONOS</b>
1	Universidad Iberoamericana Santa Fe. Departamento de Comunicación. Mtro. José Carreño Carión, director. México, DF	<b>Maestría en Comunicación.</b> Mtra. Margarita Maass Moreno, coord.	Prol. Paseo de la Reforma Lomas de Santa Fe CP 02210. México DF	margarita.maass@uia.mx	(5)267 42 38 ext. 4658
2	Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Dra. Cristina Puga Espinosa, directora. Dra. Judit Bokser Liwerant, responsable del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales. México, DF	<b>Maestría en Comunicación.</b> Dra. Cecilia Rodríguez Dorantes, coord.	Circuito exterior Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, CP 04510, México DF	crodrri@sociolan.politicas.unam. mx crodrri2000@yahoo.es	(5)622 94 11 (5)665 17 94 FLACSO: (5)631 70 16 ext. 185 y 299; fax: (5)631 66 09
3		<b>Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación.</b> Dra. Cristina Puga Espinosa, Dir.	Circuito exterior Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, CP 04510, México DF		(5)622 94 11 (5)622 15 24
4	Universidad Autónoma de Nuevo León. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Monterrey, NL	<b>Maestría en Ciencias de la Comunicación.</b> Dra. Alma Silvia Rodríguez, jefe de estudios superiores.	Av. Acueducto con Eucalipto s/n Paseos Residencial CP 84920 Monterrey, NL	asr@interclan.net	(8)357 88 32 ext. 129
5	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Departamento de Estudios Socioculturales. Mtra. Angela María Godoy Fajardo, jefa. Guadalajara, Jal.	<b>Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura.</b> Mtro. Carlos Enrique Orozco Martínez, coord.	Periférico Sur Manuel Gómez Morin 8585 Tlaquepaque, Jalisco CP 45090	carloso@iteso.mx	(3)669 34 32 (3)669 34 30 ext. 3318
6	Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE). Mtra. Emma López Pérez, subdirectora del CECTE. México, DF	<b>Posgrado latinoamericano en comunicación y tecnología educativas: especialidad y maestría.</b> Lic. José Mario Martínez, Coord.	Calle del Puente 45 Col. Ejido de Huipulco CP 14380 Delegación Tlalpan México DF	elopez@ilce.edu.mx jmarrio@ilce.edu.mx	(5)728 65 00 ext. 2701 y 2709

	INSTITUCION	PROGRAMA	DIRECCIÓN	E-MAIL	TELÉFONOS
7	Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer AC Dra. Ivonne Raso Arcaute, coordinadora académica. México, DF	Maestría en Comunicación Institucional Dra. Ivonne Raso	Miguel Angel de Quevedo 16 Col. Ex.Hacienda de Guadalupe Chimalistac CP 01050, México DF	iraso@bsmx.com	(5)661 60 20
8		Maestría en Publicidad Dra. Ivonne Raso	Miguel Angel de Quevedo 16 Col. Ex.Hacienda de Guadalupe Chimalistac CP 01050, México DF	iraso@bsmx.com	(5)661 60 20
9		Maestría en Comunicación Política Dra. Ivonne Raso	Miguel Angel de Quevedo 16 Col. Ex.Hacienda de Guadalupe Chimalistac CP 01050, México DF	iraso@bsmx.com	(5)661 60 20
10	Universidad Intercontinental. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Mtro. Sergio Inestrosa G., director. México, DF	Maestría en Guiónismo Mtro. Bernardo Russi Alzaga, coord.	Insurgentes Sur 4303, Tlalpan, CP 014420 México, DF	abrussi@adatel.net.mx	(5)573 85 44 ext. 1210 y 1259
11	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey, Departamento de Comunicación. Lic. Jorge González Treviño, director. Monterrey, NL	Maestría en Comunicación Dr. José Carlos Lozano, coord.	Av. Eugenio Garza Sada 2501, Col. Tecnológico CP 64849 Monterrey, NL	iclozano@campus.mty.itesm.mx	(8)358 20 00 ext.
12	Universidad Iberoamericana Plantel Laguna. Departamento de Humanidades. Mtro. Sergio Garza Saldivar, director. Torreón, Coah.	Maestría en Comunicación Mtro. Enrique Esquivel López, coord.	Caizada Iberoamericana 2255 CP 27020 Torreón, COAH	enrique.esquivel@uia.lag.mx enrillopez@yahoo.com	(17)29 11 12 (17)29 10 10 ext.1112
13	Universidad Anáhuac. Escuela de Ciencias de la Comunicación. México, DF. Dr. Carlos Gómez Palacio, director.	Maestría en Comunicaciones Corporativas. Mtro. José de Jesús González Almaguer, coord.	Av. Lomas Anáhuac s/n Col. Lomas Anáhuac, Huixtlican, Edo. de México CP 52760	giesus@anahuac.mx	(5)627 02 10 ext. 8223
14	Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Maestría en Mercadotecnia y Publicidad. Mtro. Alfonso Verduzco, coord.	Av. Lomas Anáhuac s/n Col. Lomas Anáhuac, CP 52760 Huixtlican, Edo. de México		(5)627 02 10 ext. 7170 y 7142
15	Escuela de Ciencias de la Comunicación	Maestría en Planeación Estratégica de Medios. Dr. Carlos Gómez Palacio, coord.	Av. Lomas Anáhuac s/n Col. Lomas Anáhuac, Huixtlican, Edo. de México CP 52760	cgomezp@anahuac.mx	(5)627 02 10 ext. 8223
16	Escuela de Diseño.	Maestría en Semiótica. Dr. Benjamín Mayer Foulkes, coord.	Av. Lomas Anáhuac s/n Col. Lomas Anáhuac, Huixtlican, Edo. de México CP 52760	bmayer@anahuac.mx bmayer@df1.telimex.net.mx	(5)627 02 10 ext. 7115 (5)534 79 60 casa

	INSTITUCIÓN	PROGRAMA	DIRECCIÓN	E-MAIL	TELÉFONOS
17	Universidad de Occidente. Campus Los Mochis. Coordinación de Investigación y Posgrado. Los Mochis, Sin. Mtro. Leobardo Cornejo Murga, coord.	<b>Maestría en Tecnologías y estrategia de la comunicación.</b> Lic. Anajilda Mondaca	Carr. Culiacancito km. 1.5 CP 80020 Culiacán, Sinaloa	mondacca@culiacan.udg.mx	(67)54 04 95  (67)54 04 96 ext. 251
18	Universidad Autónoma de Aguascalientes. Centro de Artes y Humanidades. Departamento de Sociología. Lic. Rogelio Enriquez Aranda, Dir. renriquez@correo.uaa.mx enriquez@correo.uaa.mx Aguascalientes, Ags.	<b>Maestría en Sociología de la cultura.</b> Mtro. Fernando Plascencia, Coord.	Av. Universidad 940 Col. Los Bosques CP 20200 Aguascalientes, AGS	fplascen@correo.uaa.mx gallo_hmo@yahoo.com	(49)10 74 00 ext. 304
19	Universidad Veracruzana. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Lic. Arturo García Niño, director. Veracruz, Ver.	<b>Maestría en Comunicación</b> Mtra. Elizabeth Bonilla, coord.	Calzada Reyes Heróles 136 Costa Verde CP 94224 Boca del Río Veracruz, VER	elibon@acnet.net	(29)21 60 30 (29)21 74 04 (29)21 60 60
20	Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Dr. Guillermo Villaseñor, director. México, DF	<b>Maestría en Comunicación y Política.</b> Dra. Silvia Gutiérrez Vidrio, coord. <b>Doctorado en Ciencias Sociales, Área de concentración en Comunicación y Política.</b> Dra. Josefina Vilar Alcalde, coord.	Calzada del Hueso 1100 Col. Villa Quietud CP 04960 México DF  Calzada del Hueso 1100 Col. Villa Quietud CP 04960 México DF	sgvidrio@cuevatl.uam.mx jvilar@cuevatl.uam.mx	(5)671 68 18  (5)483 70 00
22	Universidad Regiomontana. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Escuela de Comunicación. Mtro. José Jaime Pacheco R., director. Monterrey, NL	<b>Maestría en Comunicación.</b> Lic. Laura Márquez Elenes.  Mtro. José Jaime Pacheco R	Degollado 620 Col. Obispaño CP 64010 Monterrey, NL	lmarquez@mail.ur.mx jpacheco@mail.ur.mx	(8)348 76 04 (8)348 76 03
23	Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. División de Estudios de la Cultura. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Mtro. Francisco de J. Aceves G., jefe. Guadalajara, Jal.	<b>Maestría en Comunicación.</b> Mtra. Ma. Elena Hernández R., coord.  <b>Especialidad en Comunicación Social de la Maestría en Ciencias Sociales.</b> Mtra. Cecilia Cervantes Barba <b>Doctorado en Educación, área de Comunicación y Educación.</b> Dr. Guillermo Orozco	Paseo Poniente 2039 Jardines del Country CP 44210 Guadalajara, Jal.  Paseo Poniente 2039 Jardines del Country CP 44210 Guadalajara, Jal.  Paseo Poniente 2039 Jardines del Country CP 44210 Guadalajara, Jal.	hermande@cencat.udg.mx  ccervant@csh.udg.mx gorozco@cencar.udg.mx	(3)823 75 05  (3)819 33 10 (3)824 28 03  (3)823 75 05
24					
25					
26		<b>Doctorado en Ciencias Sociales</b> Dr. Enrique Sánchez Ruiz	Paseo Poniente 2039 Jardines del Country CP 44210 Guadalajara, Jal.	rock@foreigner.class.udg.mx	(3)823 75 05

	INSTITUCION	PROGRAMA	DIRECCIÓN	E-MAIL	TELÉFONOS
27	Universidad de Colima. Centro Universitario de Investigaciones Sociales. Colima, Col.	Doctorado en Ciencias Sociales, líneas de cultura y comunicación. Dra. Ana Isabel Zermeño Flores, coord.	Av. Gonzalo de Sandoval 444 Col. Las Viboras CP 28040 Colima, Col	anaz@cgcic.ucolimx	(331)3 03 97 ext. 161 y 162
28	Universidad Autónoma de Durango. Durango, Dgo.	Maestría en Comunicación y Televisión Educativa. Mtro. Raúl Posadas		posadas@omanet.com.mx	(99)23 59 49
29	Universidad Autónoma de Yucatán. Mérida, Yuc.	Doctorado en Ciencias de la Información. Mtro. Irving Berlin, coord.		bvillat@lunku.uady.mx	
30	Universidad del Bajío. León, Gto.	Maestría en Publicidad y Comportamiento de Mercado. Lic. Gerardo González del Castillo	Av. Universidad s/n Col. Lomas del Campestre CP 37150. León, GTO.	ggonzale@ubac.edu.mx postmaster@ultra.ubac.edu.mx	(47)18 55 11
31	Universidad del Valle de Atemajac Guadalajara, Jal.	Maestría en Comunicación Social e Institucional (en proceso de aprobación SEP) Lic. Andrés Guzmán Soto, coord.	Av. Tepeyac 4800 Col. Mirador del Sol CP 45050 Zapopan, Jalisco		(3)628 62 73 (tel. y fax) (3)628 24 32 ext. 250
32	Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) Toluca, Edo. de México	Doctorado en Ciencias Sociales (en proceso de aprobación por SEP) Mtro. Javier Arzuaga Magnoni	Cerro de Coatepec s/n Cd. universitaria CP 50000 Toluca, Edo. de México	jaam@coatepec.uaemex.mx	(72)15 92 80 (tel. y fax)
33	Instituto Campechano Campeche, Campeche	Maestría en Comunicación Dir. Mtra. Martha Caraveo	Lic. Miguel Angel Salabarría Cervera (¿coordinador?). Calle 16 # 263 "B" Centro C.P. 24000 Campeche, Campeche	marthanohemi@hotmail.com msalabarria@correoweb.com	(98)16-46-28
	Coordinación de Investigación CONEICC 1997-2000	Mtra. Claudia Benassini UIA, Santa Fe	Prolongación Paseo de la Reforma 880, Lomas de Santa Fe CP01210 México, DF	claudia.benassini@uia.mx	(5)267 40 37 (5)267 40 00 ext. 4766
	Coordinación de Investigación CONEICC 2000-2003	Mtro. Francisco Aceves Universidad de Guadalajara	Paseo Poniente 2039 Jardines del Country CP 44210 Guadalajara, Jal	faceves@cencar.udg.mx	(3)823 75 05
	Coordinación de Asuntos Académicos CONEICC 1997-2000	Mtra. Dolores Angeles ITESM, campus Edo. de México	Carretera Lago de Guadalupe km. 3.5 AP3 Módulo de servicio Postal Atizapán de Zaragoza CP 52925 Atizapán, Edo. de México	dricano@campus.cem.itesm.mx	(5)864 56 12 (5)864 55 67 fax
	Coordinación de Asuntos Académicos CONEICC 2000-2003	Mtra. Ma. Martha Collignon ITESO	Periférico Sur Manuel Gómez Morin 8585, Tlaquepaque, Jal. CP45090	mcollignon@iteso.mx	(3)134 29 15 (3)669 34 90 fax