



CCC
AI
0157

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

PLAN DE ESTUDIOS

DE LA LICENCIATURA EN

CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-2-

1.- INTRODUCCION.

- 1.1. Las funciones asignadas a las Instituciones de Educación Superior se reducen fundamentalmente a tres:
 - 1.1.1. DOCENCIA
 - 1.1.2. INVESTIGACION Y
 - 1.1.3. DIFUSION DE LA CULTURA.
 - 1.2. Conscientes de las tres funciones, nos hemos avocado a la tarea constante de incrementarlas y de desarrollarlas en calidad, sabiendo de antemano que debemos hacer hincapié en el campo de la INVESTIGACION:
 - 1.2.1. al impartir la enseñanza,
 - 1.2.2. considerando la situación de los profesores,
 - 1.2.3. alimentando con ella los programas de estudio e
 - 1.2.4. insistiendo su aplicación en las metodologías utilizadas.
 - 1.3. El tipo de educación impartida considera como elemento importante EL APRENDIZAJE, LA PARTICIPACION ACTIVA del alumnado. No se trata de imponer formas de transmisión de conocimientos sustentadas fundamentalmente en la sola emisión o en la sola recepción de información. No somos informantes; somos educadores y, por lo mismo, COMUNICADORES. Propiciamos de todos los modos posibles EL PROCESO DE COMUNICACION: entre la transmisión de lo que ya se conoce y LA CREACION DE NUEVOS CONOCIMIENTOS, en el proceso de enseñanza-aprendizaje, se requiere la utilización del conocimiento, con lo que propiamente se inicia LA PARTICIPACION ACTIVA DEL ALUMNADO.
- De no efectuarse el proceso de comunicación en el proceso de aprendizaje, predomina la sola transmisión de conocimientos con una enseñanza teórica, que a lo mejor ni siquiera alcanza a despegar del maestro-INFORMADOR, con lo que no se logra el cumplimiento cabal de los fines de la educación.
- 1.4. En la medida en que un profesor no cuenta en su formación personal con la experiencia de la investigación, no podrá transmitir a sus alumnos esta forma de adquisición de conocimientos: NADIE DA LO QUE NO TIENE.

En la medida en que un profesor sea solamente transmisor de lo ya conocido, estará limitando la capacidad de sus alumnos para INTRODUCIRSE EN EL APRENDIZAJE propiamente dicho.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-3-

Este tipo de profesor aplica metodologías obsoletas que poco o nada ayudan al alumno para superar esta condición. De ahí también que requerimos del profesor esta conciencia y el paso siguiente de la práctica de la investigación, que aliente el mismo espíritu en el alumnado, que conjuntamente los avoque inclusive a la definición de la problemática existente para ofrecer alternativas de solución.

1.5. Por eso mismo LOS PROGRAMAS DE ESTUDIOS muy difícilmente podrán concebirse ajenos a la situación, con lo que al mismo tiempo estimulamos una mayor capacidad de la Institución Universitaria para realizar INVESTIGACION y poder estar acordes con las condiciones concretas de la Entidad a la cual tratamos de servir inmediatamente.

1.6. Si nuestras metodologías son obsoletas, ni siquiera iniciamos el proceso de aprendizaje, quedándonos en un pobre marco de enseñanza. Cuando enseñamos, por lo mismo no atendemos a que existe un aprendizaje: nos conducimos sólo en un aspecto MERAMENTE INFORMATIVO y relegamos definitivamente EL DIALOGO, LA COMUNICACION: FACTOR DEL APRENDIZAJE, FACTOR DEL CAMBIO Y DE LA ACCION.

1.7. Por otra parte sabemos claramente que todo lo anterior puede surgir por la falta de PLANEACION.

1.7.1. En la falta de una PLANEACION adecuada y en la INSUFICIENTE RELACION CON LOS SECTORES DE PRODUCCION Y SERVICIOS, públicos y privados, encontramos otro gran obstáculo para el desarrollo de LA INVESTIGACION en las Instituciones de Educación Superior.

1.7.1.1. Esto desvincula la educación de los problemas y de las necesidades de la sociedad, lo que se reflejará:

1.7.1.1.1. en la DOCENCIA que se imparte,

1.7.1.1.2. en el TIPO DE CONOCIMIENTOS que se transmiten.

1.7.1.2. Esto también, por la escasa o nula relación de LAS INSTALACIONES DE EDUCACION SUPERIOR CON LOS DIVERSOS SECTORES DE LA SOCIEDAD, desperdicia una capacidad instalada que podría servir con mayor eficacia a la Región y al País EN EL ESTUDIO Y SOLUCION DE PROBLEMAS ESPECIFICOS.



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-4-

1.7.2. En la falta de PLANEACION no encontramos LA IDEA DE SER y mucho menos, lógicamente, LA DEL QUEHACER de la Universidad, cuyo espíritu es ontológicamente de DESARROLLO en la creación continua de CIENCIA para lograr la TECNOLOGIA ADECUADA a su circunstancia. Y la ciencia se adquiere SOLO INVESTIGANDO la realidad para conocerla y, ya conocida, que nos permita la transformación de la misma a la medida de nuestras necesidades e inquietudes de progreso.

11.- FUNDAMENTACION Y CONCEPTUALIZACION DE LA CARRERA DE COMUNICACION.

- 11.1. Se ha hecho absolutamente necesario delimitar el objeto de conocimiento de la Carrera de Comunicación, que en nuestro caso será el fenómeno comunicación social, entendido como UNA PRACTICA SOCIAL; es decir, como un proceso de producción que actúa sobre determinadas materias primas. En este caso las materias primas son los discursos previos, a los cuales se aplican reglas específicas para obtener una producción determinada: EL DISCURSO FINAL, LA COMUNICACION.
- 11.2. La Comunicación Social, entendida de esta manera, IMPLICA UN PROCESO PRODUCTIVO DE SIGNIFICADOS, que se concretan en el lenguaje, textos, discursos, imágenes y símbolos. Estos significados no son fijos, sino variables, pues DEPENDEN DE LAS CONDICIONES SOCIALES, ECONOMICAS, POLITICAS E IDEOLOGICAS de producción y del proceso de producción de dichos significados.
- 11.3. El objeto de conocimiento será, entonces, LA COMUNICACION COMO PRACTICA SOCIAL Y SU INTERACCION CON LAS DEMAS PRACTICAS SOCIALES.
- 11.4. El conocimiento de la comunicación como práctica social IMPLICA EL CONOCIMIENTO DEL PROCESO DE PRODUCCION DE SIGNIFICADOS ASI COMO EL DE LAS CONDICIONES SOCIALES, ECONOMICAS, POLITICAS E IDEOLOGICAS DE DICHA PRODUCCION. El estudio de la comunicación se abordará, por lo tanto, desde dos perspectivas:
 - 11.4.1. Partiendo de las condiciones sociales, económicas, políticas e ideológicas de producción de los significados, lo que sólo se puede estudiar desde una perspectiva macro-social, a través del estudio de la interacción entre las diferentes prácticas sociales y la práctica comunicativa y con la totalidad de las estructuras sociales.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-5-

- 11.4.2. Partiendo del proceso de producción de significados, o sea de la materialidad de la comunicación: LENGUAJES, MENSAJES, DISCURSOS Y TEXTOS.

Esto implica el estudio de códigos, estructuras generadoras de éstos, reglas de producción de significados, práctica significativa, naturaleza del producto (ideológico-científico), los instrumentos productivos (estructuras sintácticas, gramaticales y de diseño), reglas de aplicación de los instrumentos al discurso, canal por el que se transmiten los discursos y cómo se realiza dicha transmisión, condiciones de recepción y el efecto o eficacia social del discurso o mensaje.

III.- OBJETIVOS DE LA CARRERA.

111.1. OBJETIVO GENERAL.

- 111.1.1. El objetivo de la Carrera será FORMAR COMUNICADORES SOCIALES que:

CONOZCAN,
INVESTIGUEN,
PARTICIPEN Y
TRANSFORMEN,

en lo posible, LA PRACTICA SOCIAL DE NUESTRA REGION Y DE NUESTRO PAIS; QUE SEAN CONSCIENTES DE LAS CONDICIONES SOCIALES, ECONOMICAS, POLITICAS E IDEOLOGICAS de la producción comunicativa en la Región y en México, así como del proceso de la producción de la comunicación, y que intervengan en dicha práctica social RESPONSABLE Y PROFESIONALMENTE.

- 111.1.2. El Comunicador Social que se pretende formar deberá, por tanto, reunir las siguientes características:

111.1.2.1. que sepa manejar EL METODO CIENTIFICO a fin de tener UN CONOCIMIENTO OBJETIVO AUNADO A UNA ACTITUD CRITICA frente a la realidad regional y nacional, especialmente ANTE LA PRACTICA SOCIAL DE LA COMUNICACION.

- 111.1.2.2. Que conozca y maneje LAS TECNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA INVE-

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-6-

TIGACION SOCIAL DE LA COMUNICACION, sabiendo integrarlas a la realidad mexicana.

- 111.2.3. Que sea consciente de SU SITUACION SOCIAL COMO AGENTE SOCIAL DE PRODUCCION a fin de intervenir EN EL PROCESO PRODUCTIVO DE SIGNIFICADOS TRANSFORMANDO DENTRO DE SU RADIO DE ACCION LA REALIDAD SOCIAL, en beneficio de LAS MAYORIAS de nuestro País.

111.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- 111.2.1. Tomando en cuenta los objetivos de la Carrera y pensando en que el Comunicador Social deberá dominar la teoría, las técnicas y la práctica correspondiente de los Medios de Comunicación Social, a todo lo largo de la Carrera se ofrecerán TALLERES de las Técnicas de la Comunicación Social.
- 111.2.2. En estos talleres de DISEÑO GRAFICO, FOTOGRAFIA, PERIODISMO, MUSICA, RADIO, CINE, TELEVISION, AUDIOVISUALES-MULTIMEDIA y PUBLICIDAD, el estudiante aprenderá, por un lado, el aspecto TEORICO Y TECNICO de los Medios y, por otro, el CORRECTO MANEJO de dichos Medios en vistas a la producción de Comunicación.
- 111.2.3. Para lograr estos objetivos será necesaria una práctica constante de los Medios. Para ello, a todo lo largo de LOS SEMESTRES mediante los programas, será conveniente que los estudiantes utilicen los Medios de Comunicación Social para realizar los trabajos que corresponden a LOS DIFERENTES TEMAS que así lo requieran: sobre todo LOS INFORMES FINALES del aprovechamiento total del alumno en el Semestre.

Con el material producido (trabajos de investigación, programas de radio y televisión, películas y audiovisuales) podemos crear -y en esto se trabaja ya- un BANCO DE INFORMACION al que tenga acceso toda la Comunidad universitaria.



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-7-

111.3. PROGRAMAS DE ESTUDIO.

111.3.1. Todo lo anteriormente propuesto es la pauta para la elaboración del PLAN DE ESTUDIO GENERAL Y SUS ESPECIALIDADES.

111.3.2. Todo ello es la guía para el establecimiento de CADA PROGRAMA DE MATERIAS, significado en OBJETIVOS GENERALES que den la visión de conjunto, y en OBJETIVOS ESPECIFICOS que atomicen este programa con enfoques bien determinados, precisos y claros.

En esta ATOMIZACION es donde no debe perderse de vista LA REALIZACION CONCRETA DEL TEMA, por parte del alumno, EN UN TRABAJO DE INVESTIGACION: objetivo de objetivos en esta empresa nuestra de FORMACION DE PROFESIONISTAS DE LA COMUNICACION.

111.3.3. Todo ello nos obliga, asimismo, A ELABORAR APUNTES SOBRE CADA TEMA QUE EXPONEMOS y a elaborar, con el asesoramiento adecuado si es preciso, este mismo material EN FORMA AUDIOVISUAL: material que nos signifique el apoyo didáctico para el aprendizaje y que constituirá una parte medular en el BANCO DE INFORMACION.

IV.- TRONCO COMUN.

IV.1. En la UNIVERSIDAD DEL NORESTE, las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación y en Relaciones Públicas y Publicidad se cimentan en un CURRICULUM de estudios con un TRONCO COMUN.

IV.2. Este TRONCO COMUN se desarrolla del Primero al Cuarto Semestres.

IV.3. Las materias curriculares que comprenden este TRONCO COMUN se dividen en cinco áreas, a saber:

IV.3.1. AREA DE COMUNICACION

IV.3.2. AREA TEORICA Y TECNICA

IV.3.3. AREA PRACTICA O DE TALLERES

IV.3.4. AREA ADMINISTRATIVA

IV.3.5. AREA SOCIAL O COMPLEMENTARIA.

IV.4. EL TRONCO COMUN de las Carreras debe permitirle al alumno:

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-8-

- IV.4.1. conocer las condiciones sociales, económicas, políticas e ideológicas de producción de significados y su determinación dentro de la estructura social global;
 - IV.4.2. conocer el proceso productivo de la Comunicación Social, es decir, conocer el proceso de producción de significados, siendo capaz de analizar científicamente los lenguajes en su estructura signíca.
 - IV.4.3. De los Medios de Comunicación Social deberá aprender aquellas teorías y técnicas que lo fundamenten en sus estudios de especialización.
- IV.5. Por esto mismo, para el TRONCO COMUN se establece el siguiente PLAN DE ESTUDIOS:
- IV.5.1. AREA DE COMUNICACION:
 - Comunicación I: Proceso (I Semestre)
 - Comunicación II: Teoría de la imagen. Efectos (II Sem.)
 - Desarrollo de los Medios de Comunicación (III Sem.)
 - Comunicación de Grupos Pequeños (IV Semestre).
 - IV.5.2. AREA DE TEORIA Y TECNICA:
 - Diseño: el ABC de la Com. gráfica (II Semestre).
 - Redacción Periodística I (II Semestre).
 - Guionismo (III Semestre).
 - Redacción Periodística II (III Semestre).
 - Radio (IV Semestre).
 - Redacción Periodística III (IV Semestre).
 - Organización de Diarios y Revistas (IV Semestre).
 - IV.5.3. AREA DE TALLERES:
 - Redacción (I Semestre).
 - Fotografía Blanco y Negro (II Semestre).
 - Fotografía Color (III Semestre).
 - Música (III Semestre).
 - Locución (IV Semestre).
 - IV.5.4. AREA ADMINISTRATIVA:
 - Administración I (I Semestre).
 - Administración II (II Semestre).
 - Administración de Recursos Humanos (III Semestre).

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-9-

-Mercadotecnia (IV Semestre).

IV.5.5. AREA SOCIAL O COMPLEMENTARIA:

- Metodología (I Semestre).
- Economía I-II (I-II Semestres)
- Formación Social Mexicana I-II (I-II Semestres).
- Literatura (II Semestre).
- Sociología de la Comunicación Colectiva (III Sem.)
- Psicología Social (III Semestre).
- Teoría Social (IV Semestre).
- Legislación de los Medios de Comunicación Soc. (IV-Sem.)
- Problemas de la Comunidad (I-II-III-IV Semestres).

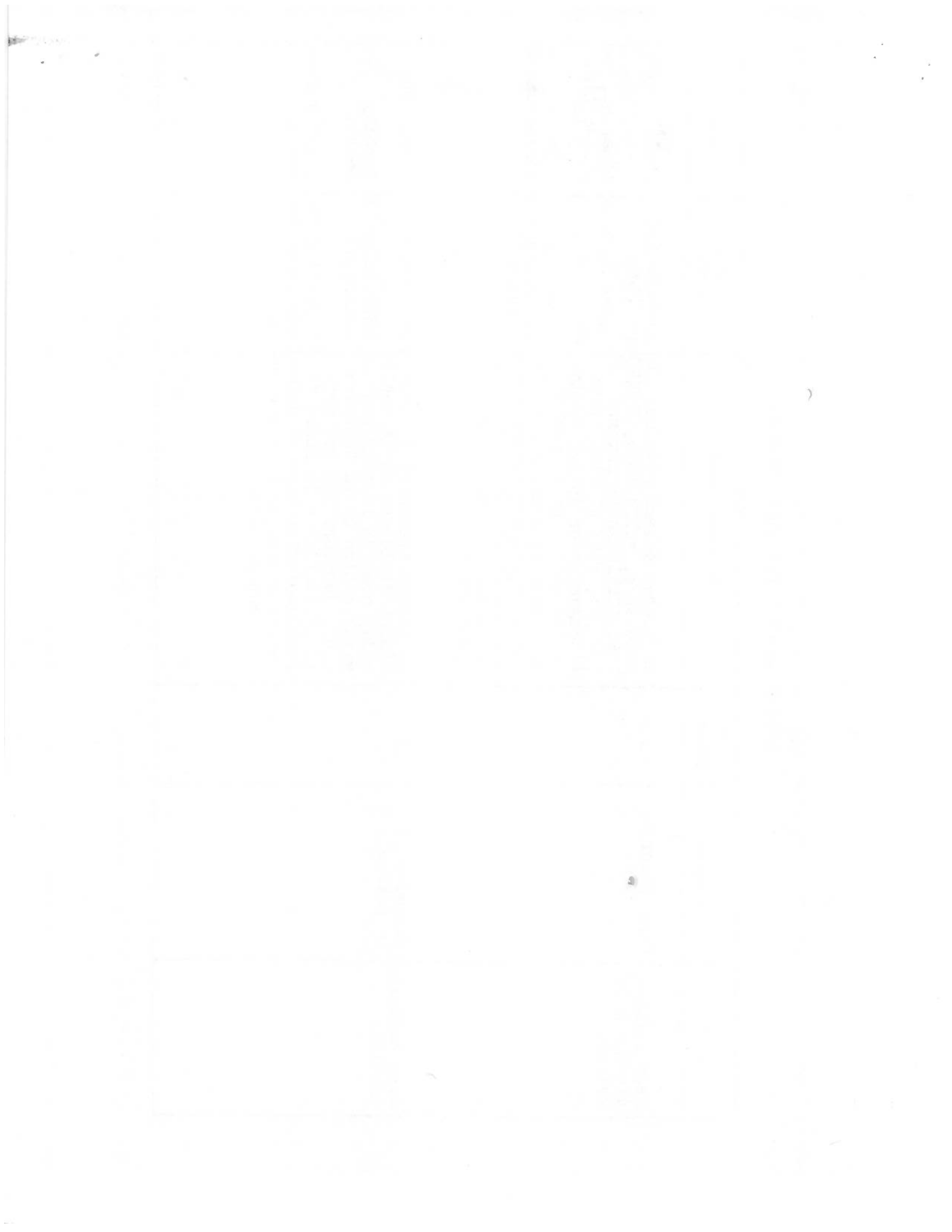
IV.6. Contenidos del TRONCO COMUN.-

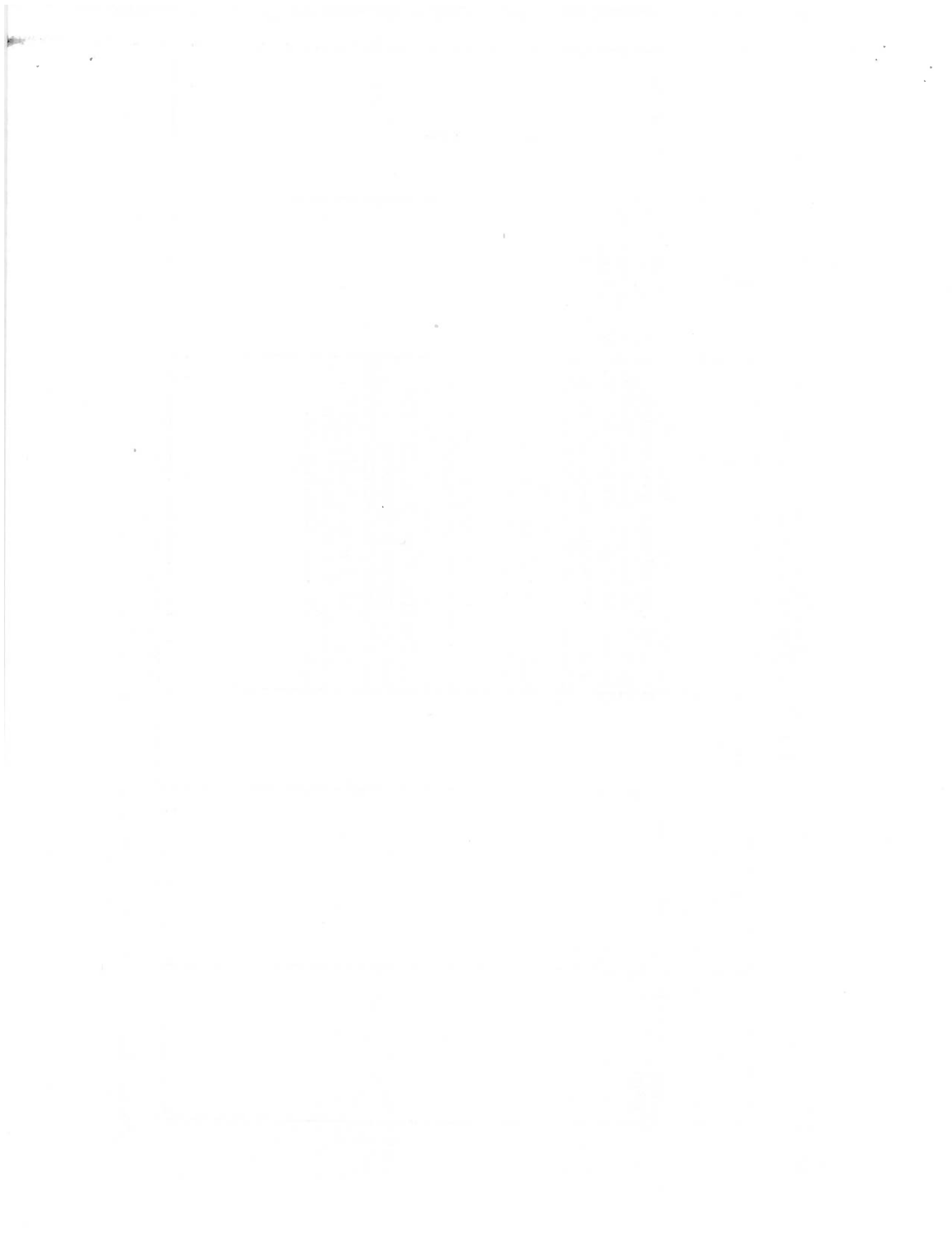
- IV.6.1. En estos cuatro Semestres el alumno deberá estudiar la manera en que las diferentes estructuras de la sociedad (económicas, políticas, sociales e ideológicas) interactúan con el proceso de la Comunicación en México, y para nosotros específicamente en la Región.
- IV.6.2. En esta fase, LA INVESTIGACION será primordial: LA METODOLOGIA deberá permitir observar a la Comunicación Social dentro de un todo integrado; con lo cual, además, el estudiante logrará una base teórica y técnica que le ayudará a adquirir conocimientos sobre los siguientes aspectos:

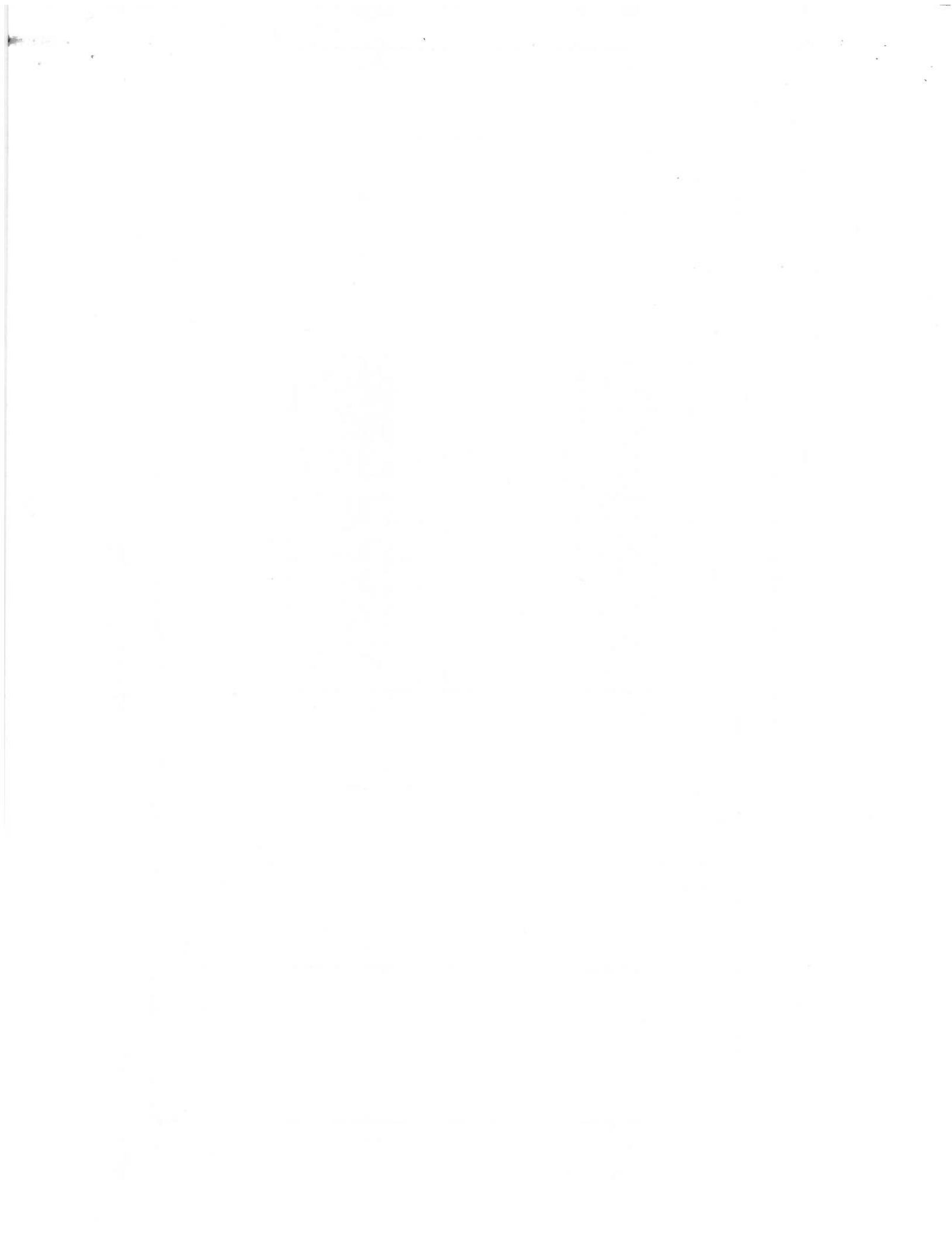
IV.6.2.1. CIENCIA DE LA COMUNICACION:

- su proceso, modelos y las diferentes Teorías en emisión, estructuración codificada de acuerdo al medio, y efectos.
- Investigación de la Comunicación en ciertas ideologías y en sus diferentes facetas.
- Teorías y Técnicas de Producción y Transmisión de los Medios de Comunicación Social (DISEÑO GRAFICO, FOTOGRAFIA BLANCO Y NEGRO, FOTOGRAFIA EN COLOR, PERIODISMO, RADIO, CINE, TELEVISION, AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA).

En esta línea de aprendizaje, a los estudiantes del TRONCO COMUN les estamos ofre-







ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-10-

	I	II	III	IV
IV.5.1	Comunicación I (Proceso)	Comunicación II (Teo.Imagen Efec.)	Desarrollo de los Med.de Com.S.	Comunicación de Grupos Pequeños
IV.5.2.		Diseño	Guionismo	Radio
		Red.Period. I	Red.Period.II	Red.Period.III
				Organización de Diarios y Revs.
IV.5.3.	Redacción	Foto B-N	Foto Color	Locución
			Música	
IV.5.4	Admón. I	Admón II	Administración de Recs. Humanos	Mercadotecnia
IV.5.5.	Metodología	Literatura		
	Economía I	Economía II		
	Form.Soc.Mex.I	Form.Soc.Mex.II	Sociología de la Comunic. Colectiva	Teoría Social
			Psicología Social	Legislación de los Med.Com.Social
PROBLEMAS DE LA COMUNIDAD				

transformen en lo posible la práctica social de
nuestra región y de nuestro país, que sean --
conscientes de las condiciones sociales, econó-
micas, políticas e ideológicas de la producción
comunicativa en la Región y en México, así como
del proceso de la producción de la comunicación,
y que intervengan en dicha práctica social res-
ponsable y profesionalmente.

II. SITUACION DE LOS EGRESADOS

020 Número de egresados de la Facultad hasta la fecha: _____

Graduados: _____

No Graduados: _____

021 Campos de trabajo profesional (señale porcentajes aproximados):

Campo de Trabajo	Porcentaje
Universidad (docencia)	20 %
Empresa Periodística	10 %
Emisora Radial	5 %
Empresa de T.V.	10 %
Agencia de Publicidad	5 %
Producción de Cine	
Producción de Audiovisuales	10 %
Entidad Gubernamental	40 %
Comunicación Organizacional (en empresas)	
Entidades Internacionales	
Otros: (Cuáles)	

022 Tipo de trabajo profesional de los egresados: (Señale porcentajes aproximados)

Tipo de Trabajo	Porcentaje
Teoría y/o investigación	20 %
Planificación y diseño	10 %
Utilización de medios	40 %
Administración	30 %
Evaluación	

III. RECURSOS HUMANOS

023 Número total de profesores de la Facultad: 23

024 Tipo de formación de los docentes (señale el número de docentes para cada una de las categorías):

Abreviaturas

- | | |
|----------------|-----------------------------------|
| C. Comunicador | Rp. Relacionista |
| S. Sociólogo | Pu. Publicista |
| Ps. Psicólogo | R. Especialista en Radio |
| L. Literato | T.V. Especialista en T.V. |
| F. Filósofo | Ci. Especialista en Cine |
| Li. Linguista | A. Especialista en Audiovisuales. |
| P. Periodista | O. Otros |

Tipo de formación		C	S	Ps	L	F	Li	Rp	Pu	R	T.V.	Ci	A	P	O
Nivel de formación															
Doctorado (P.H.D.)															
Maestría (Maestrado o Magister)															
Licenciatura (Bachillerato)		8		2				1						2	7
Otros (Cuáles)															3
Idiomas															
Fotografía															
Música															

025 Dedicación de los docentes, puede ser en horas de clase o de investigación (señale el número de docentes):

Docentes que trabajan en su Facultad 8 horas diarias: 9
 6 horas diarias: _____
 4 horas diarias: 1 5 horas 7
 2 horas diarias: 2
 Menos de 2 horas diarias: 4

IV. RECURSOS FISICOS

026 Su Facultad dispone de Biblioteca General?

SI X NO _____



CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Area de Idiomas.	Idioma: Francés	2	Al terminar el semestre los alumnos conocerán las reglas básicas de la pronunciación francesa, los verbos "ser" y "estar", "tener" y "haber" en tiempo presente; los artículos definidos e indefinidos; género y número de los adjetivos calificativos; pluralización de ciertos sustantivos irregulares; los adjetivos posesivos y los verbos del primer grupo.	Cours de Langue et de Civilisation Francaises.	G. Mauger.
Area Social	Lenguaje y Sociedad	2	Que los alumnos logren comprender que el estudio en el campo de la sociedad, solo se puede realizar a través del conocimiento exacto de la sociología. Que los alumnos logren comprender que la sociología como ciencia principal en el estudio del fenómeno social es indispensable al re-	Sociología Sociología de la Comunicación.	Señor, Alberto. Bernard Ba-dura.

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
			<p>conocimiento sobre estas ciencias.</p> <p>Que los alumnos logren comprender a través de las principales doctrinas sociológicas existentes cual ha sido el desarrollo paulatino del fenómeno de la sociedad.</p>	<p>La Conducta del Lenguaje.</p>	<p>Avila, Raúl.</p>
<p>Area Administrativa.</p>	<p>Publicidad I</p>	<p>3</p>	<p>El alumno conocerá lo que es la publicidad e importancia dentro de la comunicación conocerá la teoría de la publicidad para coordinar, planear y poder llevar a cabo cualquier objetivo publicitario.</p>	<p>Publicidad Publicidad Comercial</p>	<p>Watson Dun. Dorothy Cohen</p>
<p>Area Periodística y de Medios.</p>	<p>Cine (Taller)</p>	<p>3</p>	<p>Llevar a cabo dos producciones cinematográficas que permitan establecer concretamente el aprovechamiento del curso.</p>	<p>Manual de Cinematografía.</p>	<p>Cheshire, David.</p>

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Area de <u>Comu</u> nicación.	Comunicación de Innovaciones.	5	<p>El alumno determinará el pro- ceso de decisión sobre inno- var, a través de diversos mo- delos y funciones.</p> <p>El alumno identificará los atributos de adopción en las innovaciones.</p> <p>Realizará investigaciones ne- cesarias a cerca de los atri- butos de las innovaciones.</p> <p>El alumno captará lo que es un agente de cambio, al igual que sus características.</p> <p>El alumno comprenderá las decisiones colectivas de inno- var, al igual que los diver- sos tipos fases y participa- ciones dentro de ella.</p> <p>El alumno captara las conce- cuencias de las innovaciones a través de sus diversos mo- delos, clasificaciones, ele- mentos y responsabilidad.</p>	Comunicación de Innovacio- nes.	Rogers & Shoemaker.

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Area Perio- dística y de Medios.	Locución (Labo- ratorio.)	2	Al finalizar el curso, el alumno será capaz de expresar se con claridad, fluidez y seguridad ante el micrófono.	La Educación de la Voz. Breve Manual de Fonética.	D. Blair Mc. Closky Bolaño, Aman- cio e Isla.
Area de Idio- mas.	Idioma: Inglés	2	Al finalizar el Cuarto Semes- tre los alumnos manejarán un inglés a nivel elevado. Es- tarán aptos para comprender textos haciendo resúmenes en inglés con sus propias pala- bras. Redactarán cartas de toda clase, lo hablarán en un 90%.	Lado English Series. Cambridee First Certi- ficate of English. English in Use.	Lado, Robert Woods, Nolan Spankie G.M.

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Area de Comunicación.	Comunicación de Grupos Pequeños	5	<p>El alumno analizará, comprenderá la comunicación en grupos pequeños, el funcionamiento de la misma y el conocimiento de las estructuras subyacentes en los grupos. Así como también definirá los diferentes métodos para el estudio de los grupos, hará las diferenciaciones que hay entre un grupo pequeño y grande, de la misma manera el alumno describirá lo que es la dinámica de grupo y sus generalizaciones.</p>	<p>La Dinámica de Los Grupos Pequeños. Dinámica de Grupos. El Grupo Pequeño.</p>	<p>Anzieu, D. y Jaques, Martin. Carwright & Zander. Olmsted, M. S.</p>
Area Periódica y de Medios	Radio (Teoría)	3	<p>El curso de Tiene como finalidad que el alumno adquiriera los conocimientos relacionados con la Radio como medio de Comunicación descubriendo el proceso histórico del medio, el proceso de transmisión de la señal-signo, los elementos del código radio-</p>	<p>Manual de Noticias Radiofónicas.</p>	<p>Dary, David.</p>

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tros Textos o libros	Autor(es)
Area Perio-- dística y de Medios.	Organización de Diarios y Revis tas.	3	<p>fónico, su manejo y utiliza-- ción en la producción de pro-- gramas de Radio. De la misma manera se espera que el alum-- no al finalizar el curso rea-- lice guiones de los diferen-- tes géneros de programas de -- Radio; Educativos, Informati-- vos y de entretenimiento con -- la intención de llevarlos a -- la práctica en el Taller de -- Radio.</p> <p>El alumno deberá organizar -- una empresa periodística de -- acuerdo con el organigrama. Distinguirá cada uno de los -- métodos existentes dentro del medio impreso. Deberá conocer como se maneja cada uno de los periódicos de acuerdo con su contenido.</p>	<p>Producción de Programas de -- Radio.</p> <p>Introducción -- al Conocimien-- to y Prácticā de la Radio.</p> <p>Periodismo I y II.</p> <p>Periodismo -- Trascendente.</p> <p>Géneros Infor mativos.</p>	<p>Kaplun, Mario</p> <p>Romo, Cristi-- na.</p> <p>Dovifat, -- Emilio.</p> <p>Borrego, Sal-- vador.</p> <p>Warren, Carl</p>

- 01 - Escuela de Ciencias de la Comunicación
- 02 - Universidad del Noreste
- 03 - Prolongación Av. Hidalgo s/N
(Carretera Tampico-Manté Km 137)
- 04 - 3-58-31
- 05 - Tampico
- 06 - Tamaulipas
- 07 - México
- 08 -
- 09 - Privada
- 10 - Universitaria
- 11 -
- 12 - Lic. Marisela Olguín
- 13 -
- 14 - 4
- 15 - Semestrales
- 16 - 16
- 17 - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- 18 -
- 19 - Se fundó en 1975
- 20 - 60

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE
COMUNICACION SOCIAL

INFORMACION BASICA SOBRE LAS FACULTADES

País MEXICO

Ciudad TAMPICO, TAMAULIPAS.

Nombre de la Institución (universidad, Instituto Superior, etc.)
UNIVERSIDAD DEL NORESTE

Nombre de la Facultad (Escuela, departamento, carrera, etc.)
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Domicilio Prolongación Av. Hidalgo S/N. (Carretera Tampico-Mante Km. 137
Tel. 3 58 31; 3 58 08

Nombre del decano (Director, coordinador, responsable)
LIC. UBALDO LOPEZ HERNANDEZ, CTI.

Título que otorga la facultad
LICENCIATURA

Año de Fundación
1975

Escolaridad previa para ingreso
ESTUDIOS DE PREPARATORIA

Número de alumnos inscritos en 1982 15 Número de egresados desde su
fundación 54

-¿Tiene cursos de posgrado?

Maestría	()	temporales	()
doctorado	()	permanentes	()
no	(x)		

-¿A qué Asociaciones nacionales e internacionales pertenece su facultad?
A NINGUNA

Favor de anexar el plan de estudios y cualquier otro material con-
información sobre su facultad.

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE
COMUNICACION SOCIAL

INFORMACION BASICA SOBRE LAS FACULTADES

País MEXICO

Ciudad TAMPICO, TAMAULIPAS.

Nombre de la Institución (universidad, Instituto Superior, etc.)
UNIVERSIDAD DEL NORESTE

Nombre de la Facultad (Escuela, departamento, carrera, etc.)
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Domicilio Prolongación Av. Hidalgo S/N. (Carretera Tampico-Mante Km. 137)
Tel. 3 58 31; 3 58 08

Nombre del decano (Director, coordinador, responsable)
LIC. UBALDO LOPEZ HERNANDEZ, CTI.

Título que otorga la facultad
LICENCIATURA

Año de Fundación
1975

Escolaridad previa para ingreso
ESTUDIOS DE PREPARATORIA

Número de alumnos inscritos en 1982 15 Número de egresados desde su
fundación 54

-¿Tiene cursos de posgrado?

Maestría	()	temporales	()
doctorado	()	permanentes	()
no	(x)		

-¿A qué Asociaciones nacionales e internacionales pertenece su facultad?
A NINGUNA

Favor de anexar el plan de estudios y cualquier otro material con-
información sobre su facultad.

		DEPENDEN DE	
MEDIOS	EQUIPOS	LA FACULTAD	OTRA DEPENDENCIA DE LA UNIVERSIDAD
Audiovisuales	Proyector diapositivas	X	
	Sincronizador	X	
	Disolver	X	
	Sala de proyecciones.	X	
Radio	Emisora A.M.		
	Emisora F.M.		
	Estudio de Grabación	X	
	Grabadoras portátiles.	X	
Especifique la potencia en KW de su emisora(s):			
Cine	Camaras 35 mm		
	Cámaras 16 mm.		
	Cámaras 8 mm.		
	(Super 8).	X	
Otros Equipos	Editora	X	
	Empalmadora		
	Sala de proyecciones.	X	
	Proyector 35 mm.		
	Proyector 16 mm.	X	
	Proyector 8 mm.		
	(Super 8)	X	
Iluminación	X		

V. PLAN DE ESTUDIOS

031 El siguiente cuadro debe ser llenado teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- Escriba las asignaturas que se dictan durante toda la carrera.
- Al lado de cada una, mencione el número de horas de clase semanal, incluyendo tanto las clases teóricas como las prácticas (laboratorios, talleres, etc.).
- Si el plan de estudios posee alguna división de orden temático, señálelo con líneas horizontales que separen los grupos (ejemplo: Area de Cultura General, Area de Investigación, Area de Expresión, etc.).
- Anote mínimo tres textos que preferentemente se exijan como lecturas en cada asignatura (título y autor).

CCC
AI
0157

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Area Administrativa.	Economía I	3	El objetivo del curso es familiarizar a los alumnos con la estructura y el funcionamiento del sistema económico, con el fin de que conozcan la problemática que deberán enfrentar con las técnicas y conocimientos apropiados.	Tratado Moderno de Economía General. Teoría Económica.	González, Antonio y Masa, Felipe. Dominguez Vargas Sergio.
Area de Comunicación.	Metodología	5	Capacitar al alumno en el conocimiento de la estructura del método científico, el mensaje de las diferentes técnicas de investigación y la aplicación práctica de los contenidos y formas del conocimiento en la realidad social.	Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Como Investigar en Ciencias Sociales Métodos de Investigación Social.	Pardinas, Felipe. Pick, Susan y López Ana Luisa. Goode, William y Hatt Paul K.

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tros Textos o libros	Autor(es)
Area Social	Relaciones Internacionales.	3	Al término del programa el alumno deberá tener una visión clara de las relaciones entre país desde un punto de vista económico en base a cursos y necesidades de cada uno. Igualmente el dominio completo de objetivos particulares de dichos organismos e instituciones, orígenes y futuro de los mismos.	Estructura Económica Internacional.	Tamames Ramón.
Area Social	Seminario de Tesis.	2	La materia de Seminario de Tesis, tiene como objetivo dar al estudiante las bases teóricas para realizar un proyecto de investigación.	El Proceso de la Investigación Científica (Fundamentos de Investigación).	Tamayo Tamayo Mario.

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
<p>Area Perio-- dística y de Medics.</p>	<p>Audiovisuales -- Multimedia (Ta- ller).</p>	<p>3</p>	<p>Aplicación práctica de los -- conocimientos adquiridos du-- rante el curso teoría, produ-- cción de cuatro ejercicios -- audiovisuales: a) Disolvencia b) Alternado c) Corte d) Hold. Al final se produce un progra-- ma audiovisual original de -- tres proyectores con aplica-- ción de todos los anteriores elementos.</p>		

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Area de Comunicación.	Comunicación Educativa.	5	El curso está estructurado en tres partes: Análisis del Sistema Educativo Nacional. Tropicación de una nueva metodología pedagógica: Comunicación Educativa. Aplicación práctica.	Filosofía del Hombre. Proceso de Comunicación. El Lenguaje Total.	Barcave Fernández del V., Agustín. K. Berlo, Da- vid. Gutiérrez Pérez, Francis- co.
Area Administrativa.	Relaciones Públicas I.	3	Conocer sus antecedentes históricos, sus conexiones con la investigación y analizar una serie de procedimientos que facilitan el establecimiento de unas buenas Relaciones Públicas, con los funcionarios, accionistas, clientes, proveedores, con el gobierno con la comunidad, etc., que sólo a través de las mismas logrará la firma captar la atención de los distintos grupos susceptibles de relacionarse con ella.	Perspectiva de las Relaciones Públicas. Relaciones Públicas Modernas. Relaciones Públicas.	Raymond Simon John. Marston, Szalay, Jorge.

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
Area Administrativa.	Publicidad II	3	El alumno aprenderá a preparar y coordinar una campaña de publicidad, desde su planeamiento administrativo hasta la investigación de la evaluación final de la Campaña.	Publicidad. Publicidad. Publicidad.	Dorothy Cohen. Crawford. Watson Dun.
Area Periodística y de Medios.	Audiovisuales-Multimedia (teo.)	3	Establecer las bases teóricas en producción para dos y tres proyectores. Se parte de la ruta crítica planeación, guión, story board, fotografía, grabación, trabajo de arte, programación, armado, montaje y presentación.	COURS DE LANGUE ET DE CIVILISATION FRANCAISES I	G. Mauger.
Area de Idiomas.	Idioma: Francés	2	Estos semestres completan sus nueve lecciones programadas para VI. Comenzaremos a partir de la lección 20 hasta la 30. Listas comprender los tiempos futuros, el pasado idiomático	COURS DE LANGUE ET DE CIVILISATION FRANCAISES I	G. Mauger.

CCC
AI.
0157

UNIVERSIDAD DEL NORESTE

PLAN DE ESTUDIOS

DE LAS LICENCIATURAS EN

CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Y

RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

1981

I.- INTRODUCCION.

I.1. Las funciones asignadas a las Instituciones de Educación Superior se reducen fundamentalmente a tres:

I.1.1. DOCENCIA

I.1.2. INVESTIGACION Y

I.1.3. DIFUSION DE LA CULTURA.

I.2. Conscientes de las tres funciones, nos hemos avocado a la tarea constante de incrementarlas y de desarrollarlas en calidad, sabiendo de antemano que debemos hacer hincapié en el campo de la INVESTIGACION:

I.2.1. al impartir la enseñanza,

I.2.2. considerando la situación de los profesores,

I.2.3. alimentando con ella los programas de estudio e

I.2.4. insistiendo su aplicación en las metodologías utilizadas.

I.3. El tipo de educación impartida considera como elemento importante EL APRENDIZAJE, LA PARTICIPACION ACTIVA del alumnado, No se trata de imponer formas de transmisión de conocimientos sustentadas fundamentalmente en la sola emisión o en la sola recepción de información. No somos informantes; somos educadores y, por lo mismo, COMUNICADORES. Propiciamos de todos los modos posibles EL PROCESO DE COMUNICACION: entre la transmisión de lo que ya se conoce y LA CREACION DE NUEVOS CONOCIMIENTOS, en el proceso de enseñanza-aprendizaje, se requiere la utilización del conocimiento, con lo que propiamente se inicia LA PARTICIPACION ACTIVA DEL ALUMNADO.

De no efectuarse el proceso de comunicación en el proceso de aprendizaje, predomina la sola transmisión de conocimientos con una enseñanza teórica, que a lo mejor ni siquiera alcanza a despegar del maestro-INFORMADOR, con lo que no se logra el cumplimiento cabal de los fines de la educación.

I.4. En la medida en que un profesor no cuenta en su formación personal con la experiencia de la investigación, no podrá transmitir a sus alumnos esta forma de adquisición de conocimientos: NADIE DA LO QUE NO TIENE.

En la medida en que un profesor sea solamente transmisor de lo ya conocido, estará limitando la capacidad de sus alumnos para INTRODUCIRSE EN EL APRENDIZAJE propiamente dicho.

Este tipo de profesor aplica metodologías obsoletas que poco o nada ayudan al alumno para superar esta condición. De ahí también que requerimos del profesor esta conciencia y el paso subsiguiente de la práctica de la investigación, que aliente el mismo espíritu en el alumnado, que conjuntamente los avoque inclusive a la definición de la problemática existente para ofrecer alternativas de solución.

I.5. Por eso mismo LOS PROGRAMAS DE ESTUDIOS muy difícilmente podrán concebirse ajenos a la situación, con lo que al mismo tiempo estimulamos una mayor capacidad de la Institución Universitaria -

para realizar INVESTIGACION y poder estar acordes con las condiciones concretas de la Entidad a la cual tratamos de servir inmediatamente.

I.6. Si nuestras metodologías son obsoletas, ni siquiera iniciamos el proceso de aprendizaje, quedándonos en un pobre marco de enseñanza. Cuando enseñamos, por lo mismo no atendemos a que existe un aprendizaje: nos conducimos sólo en un aspecto MERAMENTE INFORMATIVO y relegamos definitivamente EL DIALOGO, LA COMUNICACION; FACTOR DEL APRENDIZAJE, FACTOR DEL CAMBIO Y DE LA ACCION.

I.7. Por otra parte sabemos claramente que todo lo anterior puede surgir por la falta de PLANEACION.

I.7.1. En la falta de una PLANEACION adecuada y en la INSUFICIENTE RELACION CON LOS SECTORES DE PRODUCCION Y SERVICIOS, públicos y privados, encontramos otro gran obstáculo para el desarrollo de LA INVESTIGACION en las Instituciones de Educación Superior.

I.7.1.1. Esto desvincula la educación de los problemas y de las necesidades de la sociedad, lo que se reflejará:

I.7.1.1.1. en la DOCENCIA que se imparte,

I.7.1.1.2. en el TIPO DE CONOCIMIENTOS que se transmiten.

I.7.1.2. Esto también, por la escasa o nula relación de LAS INSTALACIONES DE EDUCACION SUPERIOR CON LOS DIVERSOS SECTORES DE LA SOCIEDAD, desperdicia una capacidad instalada que podría servir con mayor eficacia a la Región y al País EN EL ESTUDIO Y SOLUCION DE PROBLEMAS ESPECIFICOS.

I.7.2. En la falta de PLANEACION no encontramos LA IDEA DE SER y mucho menos, lógicamente, LA DEL QUEHACER de la Universidad, cuyo espíritu es ontológicamente de DESARROLLO en la creación continua de CIENCIA para lograr la TECNOLOGIA ADECUADA a su circunstancia. Y la ciencia se adquiere SOLO INVESTIGANDO la realidad para conocerla y, ya conocida, que nos permita la transformación de la misma a la medida de nuestras necesidades e inquietudes de progreso.

II.- FUNDAMENTACION Y CONCEPTUALIZACION DE LA CARRERA DE COMUNICACION.

II.1. Se ha hecho absolutamente necesario delimitar el objeto de conocimiento de la Carrera de Comunicación, que en nuestro caso será el fenómeno comunicación social, entendido como UNA PRACTICA SOCIAL; es decir, como un proceso de producción que actúa sobre determinadas materias primas. En este caso las materias

prinas son los discursos previos, a los cuales se aplican reglas específicas para obtener una producción determinada: EL DISCURSO FINAL, LA COMUNICACION.

II.2. La Comunicación Social, entendida de esta manera, IMPLICA UN PROCESO PRODUCTIVO DE SIGNIFICADOS, que se concretan en el lenguaje, textos, discursos, imágenes y símbolos. Estos significados no son fijos, sino variables, pues DEPENDEN DE LAS CONDICIONES SOCIALES, ECONOMICAS, POLITICAS E IDEOLOGICAS de producción y del proceso de producción de dichos significados.

II.3. El objeto de conocimiento será, entonces, LA COMUNICACION COMO PRACTICA SOCIAL Y SU INTERACCION CON LAS DEMAS PRACTICAS SOCIALES.

II.4. El conocimiento de la comunicación como práctica social IMPLICA EL CONOCIMIENTO DEL PROCESO DE PRODUCCION DE SIGNIFICADOS ASÍ COMO EL DE LAS CONDICIONES SOCIALES, ECONOMICAS, POLITICAS E IDEOLOGICAS DE DICHA PRODUCCION. El estudio de la comunicación se abordará, por lo tanto, desde dos perspectivas:

II.4.1. partiendo de las condiciones sociales, económicas, políticas e ideológicas de producción de los significados, lo que sólo se puede estudiar desde una perspectiva macro-social, a través del estudio de la interacción entre las diferentes prácticas sociales y la práctica comunicativa y con la totalidad de las estructuras sociales.

II.4.2. Partiendo del proceso de producción de significados, o sea de la materialidad de la comunicación: LENGUAJES, MENSAJES, DISCURSOS Y TEXTOS.

Esto implica el estudio de códigos, estructuras generadoras de éstos, reglas de producción de significados, práctica significante, naturaleza del producto (ideológico-científico), los instrumentos productivos (estructuras sintácticas, gramaticales y de diseño), reglas de aplicación de los instrumentos al discurso, canal por el que se transmiten los discursos y cómo se realiza dicha transmisión, condiciones de recepción y el efecto o eficacia social del discurso o mensaje.

III.- OBJETIVOS DE LA CARRERA.

III.1. OBJETIVO GENERAL.

III.1.1. El objetivo de la Carrera será FORMAR COMUNICADORES SOCIALES que:

CONOZCAN,
INVESTIGUEN,
PARTICIPEN Y
TRANSFORMEN,

en lo posible, LA PRACTICA SOCIAL DE NUESTRA REGION Y DE NUESTRO PAIS; QUE SEAN CONSCIENTES DE LAS CONDICIONES SOCIALES, ECONOMICAS, POLITICAS E IDEOLOGICAS de la producción comunicativa en la Región y en México, así como del proceso de la producción de la comunicación, y que intervengan en dicha práctica social RESPONSABLE Y PROFESIONALMENTE.

III.1.2. El Comunicador Social que se pretende formar deberá, por tanto, reunir las siguientes características:

III.1.2.1. que sepa manejar EL METODO CIENTIFICO a fin de tener UN CONOCIMIENTO OBJETIVO AUNADO A UNA ACTITUD CRITICA frente a la realidad regional y nacional, especialmente ANTE LA PRACTICA SOCIAL DE LA COMUNICACION.

III.1.2.2. Que conozca y maneje LAS TECNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACION SOCIAL DE LA COMUNICACION, sabiendo integrarlas a la realidad mexicana.

III.1.2.3. Que sea consciente de SU SITUACION SOCIAL COMO AGENTE SOCIAL DE PRODUCCION a fin de intervenir EN EL PROCESO PRODUCTIVO DE SIGNIFICADOS TRANSFORMANDO DENTRO DE SU RADIO DE ACCION LA REALIDAD SOCIAL, en beneficio de LAS MAYORIAS de nuestro País.

III.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

III.2.1. Tomando en cuenta los objetivos de la Carrera y pensando en que el Comunicador Social deberá dominar la teoría, las técnicas y la práctica correspondiente de los Medios de Comunicación Social, a todo lo largo de la Carrera se ofrecerán TALLERES de las Técnicas de la Comunicación Social.

III.2.2. En estos talleres de DISEÑO GRAFICO, FOTOGRAFIA, PERIODISMO, MUSICA, RADIO, CINE, TELEVISION, AUDIOVISUALES-MULTIMEDIA Y PUBLICIDAD, el estudiante aprenderá, por un lado, el aspecto TEORICO Y TECNICO de los Medios y, por otro, el CORRECTO MANEJO de dichos Medios en vistas a la producción de Comunicación.

III.2.3. Para lograr estos objetivos será necesaria una práctica constante de los Medios. Para ello, a todo lo largo de LOS SEMESTRES mediante los programas, será conveniente que los estudiantes utilicen los Medios de Comunicación Social para realizar los trabajos que corresponden a LOS DIFERENTES TEMAS que así lo requieran: sobre todo LOS INFORMES FINALES del aprovechamiento total del alumno en el Semestre.

Con el material producido (trabajos de investigación, programas de radio y televisión, películas y audiovisuales) podemos crear -y en esto se trabaja ya- un BANCO DE INFORMACION al que tenga acceso toda la Comunidad universitaria.

III.3. PROGRAMAS DE ESTUDIO.

III.3.1. Todo lo anteriormente propuesto es la pauta para la elaboración del PLAN DE ESTUDIO GENERAL Y SUS ESPECIALIDADES.

III.3.2. Todo ello es la guía para el establecimiento de CADA PROGRAMA DE MATERIAS, significado en OBJETIVOS GENERALES que den la visión de conjunto, y en OBJETIVOS ESPECÍFICOS que atomen este programa con enfoques bien determinados, precisos y claros.

En esta ATOMIZACION es donde no debe perderse de vista LA REALIZACION CONCRETA DEL TEMA, por parte del alumno, EN UN TRABAJO DE INVESTIGACION: objetivo de objetivos en esta empresa nuestra de FORMACION DE PROFESIONISTAS DE LA COMUNICACION.

III.3.3. Todo ello nos obliga, asimismo, A ELABORAR APUNTES SOBRE CADA TEMA QUE EXPONEMOS y a elaborar, con el asesoramiento adecuado si es preciso, este mismo material EN FORMA AUDIOVISUAL: material que nos significará el apoyo didáctico para el aprendizaje y que constituirá una parte medular en el BANCO DE INFORMACION.

IV.- TRONCO COMUN.

IV.1. En la UNIVERSIDAD DEL NORESTE, las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación y en Relaciones Públicas y Publicidad se centran en un CURRICULUM de estudios con un TRONCO COMUN.

IV.2. Este TRONCO COMUN se desarrolla del Primero al Cuarto Semestres.

IV.3. Las materias curriculares que comprenden este TRONCO COMUN se dividen en cinco áreas, a saber:

IV.3.1. AREA DE COMUNICACION

IV.3.2. AREA TECNICA Y TECNICA

IV.3.3. AREA PRACTICA O DE TALLERES

IV.3.4. AREA ADMINISTRATIVA

IV.3.5. AREA SOCIAL O COMPLEMENTARIA.

- IV.4. EL TRONCO COMUN de las Carreras debe permitirle al alumno:
- IV.4.1. conocer las condiciones sociales, económicas, políticas e ideológicas de producción de significados y su determinación dentro de la estructura social global;
 - IV.4.2. conocer el proceso productivo de la Comunicación Social, es decir, conocer el proceso de producción de significados, siendo capaz de analizar científicamente los lenguajes en su estructura signica.
 - IV.4.3. De los Medios de Comunicación Social deberá aprender aquellas teorías y técnicas que lo fundamenten en sus estudios de especialización.
- IV.5. Por esto mismo, para el TRONCO COMUN se establece el siguiente PLAN DE ESTUDIOS:

IV.5.1. AREA DE COMUNICACION:

- Comunicación I: Proceso (I Semestre)
- Comunicación II: Teoría de la imagen.Efectos (II Sen.)
- Desarrollo de los Medios de Comunicación (III Sen.)
- Comunicación de Grupos Pequeños (IV Semestre). ATZ

IV.5.2. AREA DE TEORIA Y TECNICA:

- Diseño: el ABC de la Com. gráfica (II Semestre).
- Redacción Periodística I (II Semestre).
- Guionismo (III Semestre).
- Redacción Periodística II (III Semestre).
- Radio (IV Semestre).
- Redacción Periodística III (IV Semestre).
- Organización de Diarios y Revistas (IV Semestre).

IV.5.3. AREA DE TALLERES:

- Redacción (I Semestre).
- Fotografía Blanco y Negro (II Semestre).
- Fotografía Color (III Semestre).
- Música (III Semestre).
- Locución (IV Semestre).

IV.5.4. AREA ADMINISTRATIVA:

- Administración I (I Semestre).
- Administración II (II Semestre).
- Administración de Recursos Humanos (III Semestre).
- Mercadotecnia (IV Semestre).

IV.5.5. AREA SOCIAL O COMPLEMENTARIA:

- Metodología (I Semestre).
- Economía I-II (I-II Semestres).
- Formación Social Mexicana I-II (I-II Semestres).
- Literatura (II Semestre).
- Sociología de la Comunicación Colectiva (III Sen.),
- Psicología Social (III Semestre).
- Teoría Social (IV Semestre).
- Legislación de los Medios de Comunicación Soc. (IV Sen).
- Problemas de la Comunidad (I-II-III-IV Semestres).

	I	II	III	IV
IV.5.1.	Comunicación I (Proceso)	Comunicación II (Teo. Imagen. Efec.)	Desarrollo de Los Med. de Con. S.	Comunicación de Grupos Pequeños
IV.5.2.		Diseño	Guionismo	R a d i o
		Red. Per. I	Red. Per. II	Red. Per. III
				Organización de Diarios y Revistas
IV.5.3.	Redacción	Foto. B/N	Foto. Color	Locución
			Música	
IV.5.4.	Admón. I	Admón. II	Administración de Recursos Humanos	Mercadotecnia
IV.5.5.	Metodología	Literatura		
	Economía I	Economía II		
	Form. Soc. Mex. I	Form. Soc. Mex. II	Sociología de la Comunic. Colectiva	Teoría Social
			Psicología Social	Legislación de -
				Los Med. Con. Social
P R O B L E M A S D E L A C O M U N I D A D				

IV.6. Contenidos del TRONCO COMUN.-

IV.6.1. En estos cuatro Semestres el alumno deberá estudiar la manera en que las diferentes estructuras de la sociedad (económicas, políticas, sociales e ideológicas) interactúan con el proceso de la Comunicación en México, y para nosotros específicamente en la Región.

IV.6.2. En esta fase, LA INVESTIGACION será primordial; LA METODOLOGIA deberá permitir observar a la Comunicación Social dentro de un todo integrado; con lo cual, además, el estudiante logrará una base teórica y técnica que le ayudará a adquirir conocimientos sobre los siguientes aspectos:

IV.6.2.1. CIENCIA DE LA COMUNICACION:

- su proceso, modelos y las diferentes Teorías en emisión, estructuración codificada de acuerdo al medio, y efectos.
- Investigación de la Comunicación en ciertas ideologías y en sus diferentes facetas.
- Teorías y Técnicas de Producción y Transmisión de los Medios de Comunicación Social (DISEÑO GRAFICO, FOTOGRAFIA BLANCO Y NEGRO, FOTOGRAFIA EN COLOR, PERIODISMO, RADIO, CINE, TELEVISION, AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA).

En esta línea de aprendizaje, a los estudiantes del TRONCO COMUN les estamos ofreciendo:

- el PROCESO de cómo se realiza la Comunicación en cuanto fenómeno práctico, conforme a la teoría de BERLO, con análisis de algunos modelos más (I Semestre).
- Teoría de la Imagen: ¿qué es la imagen? ¿cómo se forma?, sus clases, su trayectoria y su importancia a través de las diferentes épocas. Análisis de teorías sobre los efectos de los Medios de Comunicación en los receptores (II Semestre).
- Desarrollo de los Medios. Un análisis histórico de aportación técnica, artística y de realización de los distintos Medios de Comunicación Social (III Semestre).
- En un IV Semestre, estudiamos la dinámica de los grupos al constituirse como tales para distinguirse de las conformaciones masivas: cómo se forman, cómo se comunican. En este curso los estudiantes conocen las técnicas adecuadas de Comunicación para que el grupo alcance sus objetivos.

IV.6.3. METODOLOGIA.- No cabe ninguna duda respecto a la importancia de la METODOLOGIA en sí (Cfr. INTRODUCCION) para las Universidades y, particularmente, para las Especialidades en Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad.

- IV.6.3.1. Lo hemos indicado inicialmente: como Carreras universitarias, Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad, no pueden deshacerse de la INVESTIGACION y de sus diferentes METODOS para alcanzarla.
- IV.6.3.2. Como Carreras de Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad, que manejan cambios de conducta mediante la formación y la recopilación de la Opinión Pública; que manejan información para la estructura de los diferentes mensajes; que manejan los Medios de acuerdo a los distintos estratos sociales; - en fin, que manejan los diferentes PUBLICOS, es imprescindible en estas Carreras LA INVESTIGACION.
- IV.6.3.3. De ahí que, en el CURRICULUM actual, se le haya dado la importancia que requiere: impartirse diariamente, o sea cinco horas a la semana, de lunes a viernes; por lo menos, ya que se imparte en un solo Semestre.
- IV.6.4. REDACCION.-- Los licenciados en Ciencias de la Comunicación y los licenciados en Relaciones Públicas y Publicidad, al comunicar, manejan la expresión de las ideas cargadas de afectividad personal. Esta expresión puede ser oral, escrita o graficada mediante diseños.
- IV.6.4.1. El Comunicador Social elabora estructuras de mensajes orales y escritos. Es Comunicador nato. Lo que comunica, lo comunica hablandolo o escribiéndolo. Lo que se habla o se escribe o se visualiza mediante diseños, es para que se escuche, o se lea, o se comprenda: si no hay entendimiento, no hay comunicación. Estos licenciados son los profesionistas de la expresión para la comunicación efectiva.
- IV.6.4.2. Por eso tienen que saber REDACTAR; es decir, por eso tiene que saber manejar bien su lenguaje escrito: GRAMATICALMENTE, SINTACTICAMENTE, conociendo inclusive LA MORFOLOGIA de las oraciones, frases y textos: EL DISCURSO. Tiene que saber expresar sus ideas y afectividades en una forma correcta. LA REDACCION es uno de los canales importantísimos en manos de los especialistas de la Comunicación.
- IV.6.4.3. Esto le da la importancia, sin más, a la materia de TALLER DE REDACCION. Y no podemos resolver esta importancia en un solo Semestre, y menos impartiendo la materia cada tercer día. Por tanto, de acuerdo al CURRICULUM establecido en un I Semestre, y sólo en él, por lo menos debe impartirse una hora diaria, de lunes a viernes. Así está establecida la materia actualmente.

IV.6.5. LITERATURA Y GUIONISMO.-- Además, el TALLER DE REDACCION es puntal para otras asignaturas similares: LITERATURA Y GUIONISMO.

IV.6.5.1. Este estudiante tiene que escribir de acuerdo a los grandes Maestros de la Literatura, de acuerdo a Aquellos que se han significado -- por la inpecabilidad en sus escritos, de --- acuerdo a sus experiencias, de acuerdo a sus disciplinas.

IV.6.5.2. Este profesionista, al conocer las normas, - podrá imitar a estos grandes Autores, o los adaptará, o sólo seguirá sus grandes líneas en la búsqueda de su propio estilo, de su -- propia personalidad como escritor.

IV.6.5.3. Esta es la importancia de la LITERATURA: universal, española, latinoamericana y mexicana. Así se podrá escribir correctamente y en forma literaria, bella.

IV.6.5.4. Ya estamos listos para escribir en forma correcta y en forma literaria. Y como vamos a escribir para Radio, Publicidad, Cine, Televisión, Audiovisuales y Multimedia, tenemos que lograr la adquisición de normas especiales para ello. Esto nos lo proporciona GUIONISMO: la guía indispensable para la estructura de los mensajes considerando la naturaleza propia del medio a utilizarse. Esta materia la impartimos en un III Semestre, para continuar lógicamente y pedagógicamente la línea en función de su necesidad en EL PLAN DE ESTUDIOS.

IV.6.6. DISEÑO GRAFICO.-- Lo que es la palabra oral y la misma estructurada en forma escrita, le significa igual el - DISEÑO GRAFICO a la Comunicación Gráfica, visual: punto, línea, masa, espacio, color, equilibrio, tensión, etcétera.

Cumplimos bien un programa en un solo Semestre y con - tres horas a la semana. La impartimos en un II Semes-- tre, porque al mismo tiempo estamos impartiendo el curso de FOTOGRAFIA BLANCO Y NEGRO (Teoría de la técnica y su práctica); al mismo momento curricular se le es-- tán impartiendo las bases del diseño para componer en FOTOGRAFIA A COLOR en el III Semestre.

IV.6.7. LOCUCION.-- Al emitir nuestros mensajes, no sólo lo hacemos por escrito o gráficamente, sino también en forma oral. Hemos enunciado que somos los profesionistas de la expresión para la comunicación efectiva y afectiva. Comunicamos oralmente a través de la Radio, la Publicidad, el Cine, la Televisión, Audiovisuales y Multimedia. Por eso requerimos de la LOCUCION con sus especificaciones.

- IV.6.7.1. Formando un conjunto homogéneo con Redacción, Literatura y Guionismo está la materia de LOCUCION. Asignatura tan importante como el manejo de la escritura. Esta importancia se acrecreta cuando consideramos que las dos Especialidades manejan los Medios masivos de Comunicación con un porcentaje elevado auditivo.
- IV.6.7.2. Tenemos que comunicarnos oralmente, pero tenenos que hacerlo de manera profesional. Somos los profesionales de ello; debemos manejar la técnica específica. Técnica que inclusive está reglamentada por algunas Secretarias de Estado. (La expedición del certificado respectivo lo hace la Secretaría de Educación Pública, a través del Departamento Jurídico de Radio y Televisión de la Dirección General de Materiales Didácticos y Culturales).
- IV.6.7.3. Esta técnica de la LOCUCION, en su programa específico de la Universidad del Noreste, contempla el desarrollo de la personalidad hasta el grado de señalar posiciones adecuadas corporales ante grupos diversos de personas, y ante un Medio de comunicación concreto. Todo ello absolutamente importante en el desempeño del profesionista de los Medios de Comunicación Social y del Publirrelacionista.
- IV.6.8. MUSICA.-- El Taller de Redacción prepara para la elaboración profesional del discurso en textos, conforme a los lineamientos literarios, expresados tal vez hasta en un guión.
- IV.6.8.1. Este texto así elaborado presenta una sonoridad en su enunciación, en su fraseo, a través inclusive de cada palabra utilizada exprofeso.
- IV.6.8.2. Esta sonoridad nos está exigiendo, en un momento dado, un apoyo musical sincronizado. De ahí la importancia de un conocimiento, general pero básico, de los distintos géneros musicales que nos permita "musicalizar" nuestros textos profesionalmente.

ESPECIALIDAD DE LA
 ADMINISTRACIÓN EN
 COMUNICACIÓN

	V	VI	VII	VIII
V.6.1.	Comunicación de masas	Comunicación de Innovaciones	Comunicación Educativa	Comunicación en las Organizaciones
V.6.2.	Cine	Televisión -I	Televisión-II	
	Tipografía		Audiovisuales (Multimedia)	
V.6.3.	Radio	Cine	Televisión-I	Televisión -II
				Audiovisuales (Multimedia)
				Publicidad
V.6.4.	Investigación de Mercados	Opinión Pública	Relaciones Púb.-I (Internas)	Relaciones Púb.II (Externas)
	Introducción a la Publicidad	Publicidad I	Publicidad II	
V.6.5.	Lenguaje y Sociedad			Relaciones Internacionales
				Seminario de Tesis
P R O B L E M A S D E L A C O M U N I D A D				

V.6. Conforme a lo anterior, establecemos el siguiente PLAN de Especialización:

V.6.1. AREA DE COMUNICACION:

- Comunicación de masas (V Semestre)
- Comunicación de Innovaciones (VI Semestre)
- Comunicación Educativa (VII Semestre)
- Comunicación en las Organizaciones (VIII Semestre)

V.6.2. AREA TEORICA Y TECNICA:

- Cine (V Semestre)
- Tipografía (V Semestre)
- Televisión Teo.-I (VI Semestre)
- Televisión Teo.-II (VII Semestre)
- Audiovisuales-Multimedia (VII Semestre)

V.6.3. AREA PRACTICA O DE TALLERES:

- Radio (V Semestre)
- Cine (VI Semestre)
- Prensa (VI Semestre)
- Televisión Práct.-I (VII Semestre)
- Televisión Práct.-II (VIII Semestre)
- Publicidad (VIII Semestre)
- Audiovisuales-Multimedia (VIII Semestre)

V.6.4. AREA ADMINISTRATIVA:

- Investigación de mercados (V Semestre)
- Introducción a la Publicidad (V Semestre)
- Opinión Pública (VI Semestre)
- Publicidad I (VI Semestre)
- Relaciones Públicas I -Internas- (VII Semestre)
- Publicidad II (VII Semestre)
- Relaciones Públicas II -Externas- (VIII Semestre)

V.6.5. AREA SOCIAL O COMPLEMENTARIA:

- Lenguaje y Sociedad (V Semestre)
- Relaciones Internacionales (VIII Semestre)
- Seminario de Tesis (VIII Semestre)
- Problemas de la Comunidad (V-VI-VII-VIII Semestros)

V.7. Este PLAN DE ESTUDIOS, pues, "contiene las materias científicas que contribuyen a la formación del estudiante, a efecto de capacitarlo en el uso adecuado de las técnicas especiales de su profesión, y en la aplicación de la teoría y el método de la solución de los problemas prácticos que pueden plantearse en el ejercicio de la misma, con una actitud creadora, que le permita la innovación y el descubrimiento, así como el fundamental desarrollo personal hacia la investigación científica de los problemas propios de su profesión." (Folleto de promoción UNE).

V.- PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- V.1. Este PLAN contempla, diciéndolo en forma general, las teorías de la Información y de la Comunicación en sus diferentes Facetas. No son todas, pero creemos que son las más importantes en este momento y para nosotros aquí.

El propósito de estos estudios es el de profundizar en el conocimiento y vivencia de la comunicación colectiva e interpersonal a través del análisis de las diferentes corrientes que estudian este fenómeno. Se ahondará en los conceptos matrices (público, emisor, mensaje, medio, interferencias) del proceso de la comunicación, destacando los aspectos económicos, políticos y sociales que condicionan a la comunicación colectiva y a la comunicación de persona a persona en roles administrativos particulares, considerando los atributos de la información en las organizaciones.

- V.2. Este PLAN contempla, asimismo, la perspectiva de iniciarse en el conocimiento y vivencia de la comunicación a través del análisis de los Medios de Comunicación. Debemos determinar también la relación entre las distintas teorías y la formulación de los procesos de comunicación en los distintos medios.
- V.3. Este PLAN avoca al profesionalista de los Medios de Comunicación Social a un estudio y análisis de la Prensa, la Radio y la Publicidad desde sus características importantes como emisores de mensajes, así como al estudio de sus particularidades técnicas de presentación, distribución y suministro de información al receptor.
- V.4. Este PLAN compromete al Comunicador, mediante una serie de ejercicios prácticos, a capacitarse en la comprensión y el manejo de distintos medios y métodos técnicos en la aplicación especial de la imagen, fija y móvil: expresión en un lenguaje cinematográfico y televisivo, que da pie a la técnica modernísima del audiovisual y multimedia.
- V.5. "El problema de la Comunicación que se iniciará con la imprenta revolucionando el concepto tradicional de la Edad Media, ha cumplido, en cuanto al instrumental creado por el hombre, una función que ahora se convierte en una magna y monumental tarea" -- (R. Vallejo).

"Por tanto, un comunicador es un profesionalista en la elaboración y emisión de mensajes, así como en la teoría y en los métodos de la comunicación de masas. Es un experto en realizar entrevistas, en la organización de diarios y revistas. Es un especialista en un tipo de noticias o información periodística, así como en los medios de información audiovisual, y en todas las actividades propias de la publicidad, propaganda y en las relaciones públicas."

"Este profesionalista es apto para desempeñar cargos de coordinación en empresas radiofónicas, de televisión, prensa y cinematografía, compañías de publicidad, agencias de información nacional e internacional y en las organizaciones del sector público y privado" (Folleto de promoción UNE).

VI.4.2. AREA DE MEDIOS:

- Medios y Técnicas de Comunicación I (VI Semestre)
(Fotografía publicitaria)
- Medios y Técnicas de Comunicación II (VII Semestre)
(Publicidad por medios impresos y por Radio)
- Medios y Técnicas de Comunicación III (VIII Semestre)
(Publicidad por medios audiovisuales: cine, televisión
y audiovisual).

VI.4.3. AREA PRACTICA:

- Seminario de Expresión (VI Semestre)
- Seminario de Relaciones Públicas en Empresas e Insti-
tuciones Públicas y Privadas (VIII Semestre)
- Casos Prácticos de Mercadotecnia y Publicidad
(VIII Semestre)
- Taller de Publicidad (VIII Semestre)

VI.4.4. AREA COMPLEMENTARIA:

- Régimen Legal Publicitario en México (VII Semestre)
- Deontología Profesional (VII Semestre)
- Seminario de Tesis (VIII Semestre).

VI.5. Voy a tratar de mostrar este PLAN DE ESTUDIOS en un esquema:

ESPECIALIDAD DE LA
LICENCIATURA EN
RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

V	VI	VII	VIII
1. Introducción a las Relaciones Públicas <i>cas.</i>	1. Relaciones Públicas I (Internas)	1. Relaciones Públicas II (Externas)	1. Seminario de Relaciones Públicas en Empresas e Instituciones Públicas y Privadas
2. Investigación de Mercados.	2. Opinión Pública.	2. Régimen Legal Publicitario en México.	2. Casos Prácticos de Mercado <i>tecnia</i> y Publicidad.
3º Psicología de Grupos.	3. Medios y Técnicas de Comunicación I (Fotografía publicitaria).	3. Medios y Técnicas de Comunicación II (Publicidad por medios impresos).	3. Medios y Técnicas de Comunicación III (Publicidad por cine, televisión, audiovisión)
4. Psicología de las Relaciones Interpersonales.	4. Comunicación Organizacional.	4. Instituciones Sociales en México.	4. Comunicación Social y Desarrollo.
5. Control Presupuestal.	5. Sistemas de Información Administrativa.	5. Diseño y Análisis de Mensajes.	5. Problemas de la Comunidad.
6. Teoría y Técnica <i>Nico del dibujo</i>	6. Publicidad I	6. Publicidad II	6. Taller de Publicidad.
7. Teoría de la Personalidad.	7. Seminario de Expresión.	7. Deontología Profesional.	7. Seminario de Tesis.

VI.5.1. Las RELACIONES PUBLICAS son un tratado de técnicas administrativas encaminadas a lograr la buena voluntad de los diferentes públicos, con los cuales tiene que ver la Organización, sea Empresa o Institución.

En nuestra Especialidad, nos tenemos que iniciar entroncando lo que es la Comunicación y lo que son las Relaciones Públicas. Aquí mismo, en una INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS, debe hacerse un análisis concienzudo de las diferentes definiciones que se han dado sobre Relaciones Públicas, desglosando sus diversas partes para, finalmente, establecer con claridad la diferencia entre RELACIONES PUBLICAS Y LA PUBLICIDAD.

VI.5.2. La explicación de una Empresa está en razón directa de los Mercados. Por eso tenemos que investigarlos (INVESTIGACION DE MERCADOS), para conocer su opinión (OPINION PUBLICA) y así enfocar debidamente LA PSICOLOGIA DE GRUPOS que crecen, mantengan y desarrollen una imagen empresarial (RELACIONES PUBLICAS I: INTERNAS): cada elemento humano debe sentirse parte importante de la empresa en estas relaciones interpersonales (PSICOLOGIA DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES). La Empresa debe satisfacer la necesidad personal de desarrollo. La Empresa debe actuar mediante una COMUNICACION ORGANIZACIONAL, fincada en auténticos SISTEMAS DE INFORMACION ADMINISTRATIVA, para darle la personalidad requerida a cada individuo que labora y que forma parte de la Empresa. Esto dará pie a la divulgación externa de la imagen, efectivada en productos y servicios concretos que satisfacen las necesidades de los PUBLICOS (MERCADOS), conocidas mediante la investigación de la OPINION PUBLICA (RELACIONES PUBLICAS II: EXTERNAS).

VI.5.3. Estos MERCADOS son "públicos", grupos humanos, que al formarse siguen una dinámica (DINAMICA DE GRUPOS). Necesitamos conocer esta dinámica para saber cómo se formaron y cómo podemos formarlos.

VI.5.4. Estos MERCADOS, estos PUBLICOS, son los que mediante su OPINION mantienen vigentes o destruyen sin compasión a las Empresas.

Por eso la Empresa no debe descuidar la OPINION PUBLICA. Y existe una Opinión Pública Interna, muy respetable, que debemos atender constantemente (RELACIONES PUBLICAS INTERNAS) y cuidadosamente.

La Empresa está formada en su organización por PERSONAS y COSAS. Lo más importante, evidentemente, es EL ELEMENTO HUMANO. Es un PUBLICO cuya OPINION es fundamental para el DESARROLLO EMPRESARIAL. Esto se contempla también en el marco de las RELACIONES PUBLICAS INTERNAS, en la PSICOLOGIA DE GRUPOS, en la PSICOLOGIA DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES que desencadenan una COMUNICACION ORGANIZACIONAL mediante sistemas complejos de INFORMACION ADMINISTRATIVA.

VI.5.5. Esta Empresa así constituida tiene una dimensión social (INSTITUCIONES SOCIALES EN MEXICO, COMUNICACION SOCIAL Y DESARROLLO, PROBLEMAS DE LA COMUNIDAD.)

Por su índole de persona moral, integrante de una comunidad de personas y grupos sociales, la empresa debe ser solidaria del desarrollo o subdesarrollo a que está sometido el "cuadro social" en que vive y actúa. La forma en que la empresa moderna responde a esa imperiosa solidaridad constituyen su "conducta social", área por excelencia de las Relaciones Públicas.

- I- ¿Lucro o desarrollo comunitario? Oposición o convergencia.
- II- El cambio de mentalidad empresarial para acelerar y robustecer el desarrollo económico y social de la Región y de México.
- III- Metas concretas que debe perseguir la integración empresarial al desarrollo nacional.
- IV- Aportación de las Relaciones Públicas a la dimensión

VI.5.6. COMUNICACION SOCIAL Y DESARROLLO, PROBLEMAS DE LA COMUNIDAD.

Las Relaciones Públicas y los sectores de menor desarrollo. El denominador común de todos los problemas que condicionan el desarrollo social es el "cambio de mentalidad" para la autodeterminación, complementada ésta con la capacitación progresiva de cada persona o de cada sector. El "cambio social positivo" resultado de toda auténtica labor de Relaciones Públicas, requiere de una integración de conciencia en torno a metas comunes de desarrollo.

- I- Posibilidades y limitaciones para el logro de este cambio de mentalidad en los sectores o grupos sociales de menor desarrollo en nuestra Región y en México.
- II- ¿A quién corresponde crear esa nueva mentalidad y esa capacitación progresiva de nuestros grupos o sectores sociales de menor desarrollo?
- III- ¿Cómo lograr que la ausencia masiva se convierta en participación conjunta de dichos sectores en el desarrollo nacional y, por ende, en el propio?
- IV- Aportación de la actividad profesional en ese campo.

VI.5.7. EL DESARROLLO POLITICO Y LAS RELACIONES PUBLICAS.

La función política, en su acepción de "gobierno" tiene como meta fundamental orientar y dirigir el desarrollo común en forma dinámica hacia mejores niveles y formas sociales de vida. Para ello requiere de la solidaridad de todos los sectores hacia objetivos claramente definidos de desarrollo. Solidaridad, participación, integración, son factores determinantes de todo desarrollo político; son también el terreno natural de las Relaciones Públicas.

- I- ¿En qué términos es deseable y obtenible una mayor participación de los diversos sectores sociales en el desarrollo sociopolítico de la Región y de la Nación?
- II- Las Relaciones Públicas gubernamentales como factor de integración y desarrollo social -consecuentemente, político- en la Entidad y en el País.
- III- Limitaciones existentes en nuestro medio para la actividad profesional de Relaciones Públicas en el desarrollo político del País.

VI.5.8. Esta función social de la Empresa, enmarcada en la comunidad empresarial, a través de los productos y servicios que ofrece a sus diversos PUBLICOS, se establece mediante canales de comunicación publicitaria y medios masivos (SISTEMAS DE INFORMACION ADMINISTRATIVA, PUBLICIDAD, TALLER DE PUBLICIDAD, MEDIOS Y TECNICAS DE COMUNICACION).

La relación PUBLICIDAD-MEDIOS exige conocimientos científico-técnicos y presupuestales (DISEÑO Y ANALISIS DE MENSAJES, TALLER DE PUBLICIDAD, CONTROL PRESUPUESTAL) en un REGIMEN LEGAL PUBLICITARIO EN MEXICO.

VI.5.8.1. EL PERIODISMO COMO FACTOR DE OPINION PUBLICA. La Opinión Pública es, necesariamente, un factor de integración social. El periodismo nacional y local cumple diariamente la misión de informar. Sin embargo, dicha información se inserta constantemente en el contexto social y económico de nuestra Región y de nuestro País y ni ella ni el periodismo pueden ser ajenos al cambio social positivo, meta natural de las Relaciones Públicas.

- I- ¿Existe en México, realmente, una Opinión Pública?
- II- Función social del periodismo. Problemas inherentes a la misma en un medio como el nuestro.
- III- Las "presiones" sociales, económicas, ideológicas o de grupos, sobre el periodismo en nuestro medio.
- IV- El periodismo, el periodista y la actividad profesional de Relaciones Públicas en México.

VI.5.8.2. FUNCION SOCIAL DE LA TELEVISION. La televisión, así como la radiodifusión, además de su función comercial, presentan características primordiales de proyección social. Divertir simplemente al auditorio, no puede ser la única meta. La elevación cultural del auditorio; la comunicación social; la creación de opinión pública, la participación en las grandes tareas del desarrollo nacional, etc. constituyen obligaciones inherentes a la existencia misma y proyección social de estos medios de difusión.

- I- Ubicación de la televisión en el panorama del desarrollo actual de la Región y del País.
- II- Problemas inherentes a la función y proyección social de la televisión.
- III- La televisión como factor nacional y regional de integración y desarrollo.
- IV- La actividad profesional de Relaciones Públicas y la televisión en la integración y desarrollo de nuestra Región y del País.

- VI.5.9. Toda esta problemática no la podrá afrontar el profesionalista de Relaciones Públicas, antes del contacto directo con el medio, si no se somete a una práctica profesional constante todavía permaneciendo en la Escuela. De ahí que, en un último Semestre, se desenvuelva en un SEMINARIO DE RELACIONES PUBLICAS EN EMPRESAS E INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS; en CASOS PRACTICOS DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD; en el TALLER DE PUBLICIDAD, conjuntamente al análisis de los PROBLEMAS DE LA COMUNIDAD.
- VI.5.10. Toda esta problemática y el debido manejo de las Relaciones Públicas está exigiendo, también, una recia personalidad profesional. De ahí que a este profesionalista lo tengamos que someter al estudio y práctica de la TEORIA DE LA PERSONALIDAD, a un SEMINARIO DE EXPRESION y al análisis exhaustivo de la DEONTOLOGIA PROFESIONAL.
- VI.5.11. Con esta línea conjunta de formación profesional, se puede decir que el profesionalista de las Relaciones - Públicas y Publicidad está listo, pero, antes de partir a su desempeño personal en el medio, tendrá que avalar oficialmente sus estudios ante la Universidad del Noreste a través de un Examen Profesional. A la preparación de este Examen Profesional lo ayuda efectivamente el SEMINARIO DE TESIS, que lo ofrecemos en VIII Semestre.

VII.- LOS TALLERES EN LA ESTRUCTURA DOCENTE DE LA COMUNICACION.

VII.1. EL PROGRAMA DOCENTE: DISEÑO INTEGRAL.

El Programa Docente de los Talleres de Comunicación Social es un diseño integral de Planeación Educativa, que se fundamenta en una concepción teórica-práctica de la enseñanza de la Comunicación. Esta se concibe como el desarrollo integrado e interdisciplinario de un programa pedagógico de INVESTIGACION/PRODUCCION comunicativa que se propone incidir en la transformación de la realidad, A TRAVES DE LA FORMACION DE PROFESIONISTAS DE ALTO NIVEL TECNICO/PROFESIONAL, del desarrollo del conocimiento científico de los problemas de la Comunicación Social en la Región y en México Y A TRAVES DE LA PRODUCCION DE COMUNICACION MASIVA.

VII.2. COMPONENTES DEL PLAN DE ESTUDIOS.

EL PLAN DE ESTUDIOS de la Carrera de Comunicación supone un diseño articulado sobre dos componentes fundamentales:

VII.2.1. la investigación científica sobre los fenómenos de la Comunicación Social en la formación social mexicana;

VII.2.2. la producción comunicativa como forma práctica de producción de significaciones sociales.

VII.3. Ambos componentes están relacionados entre sí y no son separables en el proceso de formación profesional. Sin embargo, cada componente tiene formas específicas de operación y organización del trabajo escolar, que definen dos ámbitos integrados de desarrollo académico.

VII.4. El Programa Docente de los Talleres de Comunicación Social es un programa pedagógico que pone en su centro la PRODUCCION COMUNICATIVA como forma práctica de producción de significaciones sociales.

El programa comprende ONCE Talleres, algunos de los cuales apoyan definitivamente la práctica del siguiente Taller. En un primer Semestre nos iniciamos con el TALLER DE REDACCION. Es fácil presuponer, en los alumnos que provienen inmediatamente de Bachillerato, nociones básicas de Lenguaje y Lingüística, Análisis fonológico, morfológico, sintáctico y semántico; sin embargo, la realidad es otra y de tal manera que obstruye iniciar adecuadamente con los principios generales de Redacción.

Por otra parte, no podemos permitirnos el lujo de dejar pasar burocráticamente esa falla de Redacción: materia de suma importancia en Comunicación, donde se tiene que redactar para PRENSA, PUBLICIDAD, RADIO, CINE, TELEVISION Y AUDIOVISUALES-MULTIMEDIA, e inmediatamente en la redacción de la serie de

trabajos de investigación universitaria, módulo de la formación profesional del Comunicador Social. Anón de que este tipo de profesionista tiene que resolverse en medio de una gama de formas documentales en las empresas donde se desenvuelva - cotidianamente.

- VII.5. De la misma manera que existe la preocupación por aprender el ABC de un lenguaje oral y escrito, así es la preocupación por aprender el ABC del lenguaje visual. De ahí la necesidad del TALLER DE DISEÑO. Taller que es puntal en la composición de la imagen, a través de la cual estamos estructurando los contenidos de nuestros mensajes intencionales en forma visual, - es decir, su DENOTACION Y CONNOTACION.
- VII.6. Sabiendo de la composición de la imagen, ya podemos componer FOTOGRAFICAMENTE. No se trata de fotografiar por fotografiar, sino de tomar los elementos de composición que necesitamos para impactar fotográficamente a quien o quienes queremos comunicar. De ahí la importancia de los TALLERES DE FOTOGRAFIA, - tanto EN BLANCO Y NEGRO como EN COLOR.
- VII.7. Con el DISEÑO: punto, línea, color, peso, masa, equilibrio, - etc. y LA COMPOSICION FOTOGRAFICA estamos preparados para entender la estructuración de los MENSAJES PUBLICITARIOS en su parte visual.
- VII.8. Con la técnica de composición fotográfica se tiene paso abierto a la integración de la misma en LA PRENSA, CINE, TELEVISION, AUDIOVISUALES-MULTIMEDIA. Desde luego que cada Taller - enfatiza sus exigencias propias como medio de comunicación diferente uno de otro: detalla sus normas y sus aplicaciones diversas y recalca la importancia de su actuar profesional.
- VII.9. También debe practicarse el conocimiento de la técnica de LA RADIO. Para ello el Taller de Redacción debe proporcionar material adecuado, conjuntamente al que se haya preparado expresamente en LITERATURA y estructurado conforme a las normas - propias del medio en GUIONISMO, para el incremento de estas - prácticas radiofónicas.

Con esta idea de producción de significaciones sociales mediante LA RADIO, se han establecido las PRACTICAS DE AUDICION MUSICAL y de LOCUCION: prácticas que resultan de vital importancia en el desarrollo humano del estudiante, lo que conforma un profesionista de los Medios de Comunicación sensibilizado con su situación y con su época.

VII.10. TALLER DE LITERATURA.

Nuestro PLAN DE ESTUDIOS no contempla el conocimiento de la LITERATURA en una línea, desde la Universal hasta la Mexicana, a través de diversos semestres. Esto no es posible, aun cuando necesario, de acuerdo a lo corto de nuestros semestres y a las cinco horas promedio diarias de clases que se imparten.

Por eso conviene que esta materia de LITERATURA se imparta en forma de Taller.

- VII.10.1. Nuestros estudiantes son neófitos en el manejo de la expresión escrita: no tienen la seguridad, ni el desarrollo de praxis suficiente para participar creativamente en el campo de la producción literaria.
- VII.10.2. Debemos dar énfasis a la elaboración misma de los productos literarios luego de una etapa previa de información acerca del arte literario, de consideraciones sobre estética en general, de anotaciones sobre las formas descriptivas y narrativas, de la versificación y de otros ejercicios introductorios que hacen referencia a la ineludible Preceptiva.
- VII.10.3. En EL PLAN propuesto DE ESTUDIOS, la LITERATURA pedagógicamente está situada en un II Semestre. En ese mismo II Semestre iniciamos la serie de REDACCIONES PERIODISTICAS, con las cuales los estudiantes adquirirán un ejercicio de escribir, pero circunscrita o particularizada dentro de los rasgos característicos del lenguaje periodístico, es decir con evidente tendencia informacional. Con este lenguaje periodístico podrán elaborar artículos de opinión, conocerán la estructura de la crónica y el reportaje, llegarán a ser habituales entrevistadores: estas actitudes no deben cambiarse, sino que -sin perder su línea periodística- deben significarnos una base además para instrumentarse en el aprendizaje de la creación literaria. Deben ser factores concurrentes en la formación de una metodología para el trabajo literario.
- VII.10.4. Este TALLER DE LITERATURA debe servir para que se aprenda lo que no se sabe, se corrija lo que está equivocado, se adquiera el significado completo de los vocablos sobre los cuales se tenía noción parcial y ratifiquen y fortalezcan sus conocimientos que ya tienen.
- VII.10.5. Debe trabajarse con ORDENES DE TRABAJO. La Orden de Trabajo es un instrumento propositivo y sirve como guía para el desarrollo de las actividades. Las ORDENES DE TRABAJO pueden ser sobre un mismo tema: proponen una misma actividad para todos los estudiantes. Posteriormente, y en la medida en que se perfilan las disposiciones naturales, las actitudes, LAS ORDENES DE TRABAJO pueden elaborarse también diferenciadas. Así ocurrirá que sobre un mismo tema se estén haciendo en el Taller: RELATO, CUENTO BREVE, POESIA EN VERSO O EN PROSA Y ALGUNA CRONICA en la que se combine lo literario con lo informativo.

VII.10.6. LA IMITACION DE MODELOS.-

Un aspecto importante es la utilización de trozos, fragmentos o textos complementarios que vienen a constituirse en LOS MODELOS O PROTOTIPOS que el aprendiz debe tratar de alcanzar para adquirir el oficio.

VII.10.6.1. En la primera etapa de su formación el hombre imita, reproduce las conductas que se suceden en su entorno inmediato. La imitación es un aprendizaje de la vida y, si comienza siendo mecánico, repetitivo, no puede decirse que permanezca así toda la vida: el hombre, al hacer el examen reflexivo de sus actitudes, casi siempre tiende a rechazar aquellas que le son perjudiciales y a repetir sólo las que considera beneficiosas.

VII.10.6.2. Cuando se trata de alcanzar destrezas no sólo en el orden psicomotriz, sino que habiliten incluso la capacidad de elaborar productos subjetivamente estéticos mínimamente aproximados al original, no basta querer expresar nuestro sentimiento, engargolar la voz o ponerle la armonía del arco iris a la poesía, sino saber cómo lo hicieron quienes caminaron sus veredas, quienes nos precedieron.

Saber no quiere decir estar informado de, no significa CONOCER COMO SE HACE, sino estar en capacidad y en disposición, TENER LA FACULTAD DE HACER ASI, TAL COMO, IGUAL QUE: sólo de esa manera aprenderemos a tratar de HACER IGUAL O MEJOR QUE LOS DEMAS.

VII.10.7. TEATRO.-

Puede existir UNA ORDEN DE TRABAJO que sirva para acometer la elaboración de una obra de teatro con la participación colectiva de todos los estudiantes. Se pueden plantear los siguientes objetivos:

VII.10.7.1. El participante anudará en una o varias acciones conjuntas a todos o algunos de los personajes que se presenten. De este modo el texto elaborado podrá ser parte de un relato, un cuento, parte de un drama, un acto o una escena.

VII.10.7.2. El participante elaborará el texto en cualesquiera de las formas de expresión literaria (PROSA, VERSO o sus combinaciones).

VII.10.7.3. El procedimiento debe consistir en acoplar a los personajes y hacer una sola trama con las distintas acciones que, - cada uno de ellos, desarrollaba en los fragmentos elegidos como MODELOS.

VII.10.7.4. Solamente después de concluido el primer borrador de la obra, se informa a los estudiantes sobre los autores de los fragmentos.

Lo valioso de esta experiencia está en la sistematización del trabajo colectivo para ensamblar un producto de largo aliento: -los perfiles de los personajes varias veces tienen que ser re formulados;

-se discutirá apasionadamente sobre cómo debe ser el personaje, que características tendría su escenario o ámbito de acción; si es válido que sólo se reflejen situaciones de ficción o si deben incluirse expresiones, partes vivenciales, - del colectivo de autores.

VII.10.7.5. Debe haber una asignación o apropiación de un lenguaje a los personajes:

-analizar el sector social al que pertenecen los personajes;

-analizar el nivel de formación cultural que deben representar y ser consecuentes en todo lógica y psicológicamente.

VII.10.8. LA MECANICA DEL TALLER.-

VII.10.8.1. Una sesión de trabajo consiste:

1o. en la etapa creativa y

2o. en la discusión para analizar o modificar el producto.

VII.10.8.2. Las sesiones de trabajo deben realizarse en períodos que, incluidas las dos etapas, permitan productos aunque sea breves: tres o cuatro cuartillas cuando se trate de escritos en prosa.

VII.10.8.3. Las sesiones de trabajo pueden ser alternadas con disertaciones, lecturas de poemas, cuentos o ensayos a cargo de escritores ya reconocidos. Posteriormente los integrantes del Taller escribirán acerca de esas sesiones, de esas reuniones, o de la temática tratada.

VII.10.9. OBJETIVOS A LOGRARSE.

VII.10.9.1. Se desarrolla un permanente ejercicio en participación grupal para crear pro ductos literarios.

Sin embargo, el trabajo puede ser también individual dentro del Taller.

VII.10.9.2. Se llega al profesionalismo por la pra xis y por la permanente exposición a la crítica.

Además se comparte el conocimiento y las formas de su búsqueda, en tanto que se desarrolla un sentido comunitario por mejorar las formas de expresión. Es evidente que LAS MODIFICACIONES EN EL HABLA CONTRIBUYEN A MEJORAR LA CALIDAD DE LOS ESCRITOS.

No olvidemos que nuestro profesionista es un COMUNICADOR NATO a través de todas las formas de expresión y a través de todos los Medios de Comunicación So cial.

VII.10.9.3. Si los participantes inicialmente mue stran confusión, o se hallan indecisos para elegir el género o los géneros en que desean habilitarse, eso mismo les ayuda a descubrir sus varias aptitudes. Así habrá participantes que tengan iguales predisposiciones para la poe sía como para el cuento, aunque sien tan que en uno de ellos se realizan me jor. El Taller influye entonces para la ubicación del escritor en el terreno de sus particulares aptitudes.

VII.10.9.4. Colateralmente, el Taller significa una tona de conciencia para revalorar el significado, la importancia, de priorizar la actividad creativa.

Por causa del Taller se inicia el hábi to de destinar un día especial (en nu estro caso concreto puede ser el SÁ BADO) para la creación literaria. Esto ha significado, en muchos casos, un principio de sistematización en la uti lización del tiempo: así como se respetan las horas destinadas a la Univer sidad o a las recreaciones, también la asistencia al Taller se hace respon sabilidad in cluídible.

TALLER DE CINE

EL PLAN DE ESTUDIOS hasta ahora contempla la materia de Teoría de Cine y "Taller de Cine", en Semestres diferentes y, por supuesto, practicando - la Teoría en el Taller. Pero es necesario indicar y establecer claramente la función del MEDIO-CINE como un canal importantísimo DE COMUNICACION: la teoría de la técnica ayudará a saber la mecánica de realización, pero esto no tiene que suceder de manera "mecánica", sino sabiendo manejar -- profesionalmente el LENGUAJE CINEMATOGRAFICO como medio de expresión en el Comunicador Social.

- I. En el caso de la enseñanza cinematográfica, la tarea del Maestro consiste:
 - I.1. en enseñar a PENSAR cinematográficamente;
 - I.2. pero la verdadera labor, la más difícil, consiste en enseñar VER.
- II. El cineasta está obligado:
 - II.1. a ver más allá de las limitaciones del espectador medio;
 - II.2. a "develar" lo que los hábitos visuales y mentales encubren.
- III. Si bien es importante que el Maestro domine la parte técnica de lo que enseña, lo fundamental es que sea capaz de "HACER VER" al cineasta en formación:
 - III.1. pero no únicamente de acuerdo con el punto de vista del Maestro,
 - III.2. sino como PROCESO DE REFLEXION, como METODO DE APROXIMACION -- a la substancia de la realidad:
 - III.2.1. realidad interior o exterior, realidad social o psicológica, el cineasta está obligado:
 - III.2.1.1. además de ver, a descubrir y manejar las leyes ESPACIO-TEMPORALES en las que se -- puede inscribir esa manera de ver;
 - III.2.1.2. a disciplinar su visión, a estructurar su discurso.
 - III.2.2. Si bien es cierto que esto sólo se consigue a fuerza de práctica, también es cierto que la práctica sin -- orientación y sin referencias es sólo UN EJERCICIO -- AL SERVICIO DE UN SENTIDO MUY LIMITADO AL ASPECTO -- TECNICO Y ARTISTICO.
- IV. Adiestrar al Alumno en el manejo de los aparatos y procesos técnicos no es difícil. Requiere:
 - IV.1. de una metodología y de una práctica guiada del proceso de -- aprendizaje;
 - IV.2. de una constancia y de objetivos definidos, que se acumulan y se ordenan según su grado de dificultad.
- V. Aunque diversificada y compleja:
 - V.1. la enseñanza de la tecnología cinematográfica puede actualmente racionalizarse con eficiencia;
 - V.2. y el aprendizaje llevarse a cabo sin demasiados problemas por -- parte del Alumno, si se cuenta con el equipo adecuado.

VI. Pero la habilidad técnica no es la base de un LENGUAJE, y el cine más que una tecnología contemporánea eficaz y deslumbrante es, ante todo, UNA FORMA DE EXPRESION.

VI.1. El cine ES UN LENGUAJE y como tal su función principal es COMUNICAR; es decir, TRANSMITIR IDEAS Y EMOCIONES a través de un código de signos y significados debidamente organizados y RECONOCIBLES por un tercero.

VI.2. Así como el adiestramiento se puede considerar un asunto relativamente sencillo de enfocar, el proceso para enseñar a pensar y a ver CINEMATOGRAFICAMENTE A TRAVES DE UN LENGUAJE PARTICULAR es un proceso lento, y difícil de abordar de manera exclusivamente funcionalista.

VII. En los Programas de estudio:

VII.1. se pueden trazar a grandes rasgos los elementos básicos con los que debe contar un futuro cineasta;

VII.2. lo que no se puede es predecir con certeza el resultado,

VII.3. porque para algunos Alumnos y algunos Maestros puede ser únicamente un asunto de transmisión y acumulación de información, sin que necesariamente se asimilen y se integren COMO FORMAS DE EXPRESION CINEMATIGRAFUCA;

VII.4. y para otro género de estudiantes y Maestros:

VII.4.1. un proceso asociativo y estimulante que cultiva la imaginación

VII.4.2. y realmente consiga por parte del Alumno la apropiación de esos elementos PARA LA INTEGRACION DE UN LENGUAJE,

VII.4.3. en el mejor de los casos la base de SU lenguaje,

VII.4.4. estrechamente unido A LA FORMA DE EXPRESION que tendrá que desarrollar lentamente a fuerza de práctica y de reflexión sobre el hecho cinematográfico:

VII.4.4.1. reflexión sobre el trabajo directo de la puesta en escena y la puesta en cámara,

VII.4.4.2. reflexión previa y cuidadosa sobre la eficacia de la estructura dramática en la elaboración del guión,

VII.4.4.3. reflexión sobre el ritmo narrativo en el proceso del montaje,

VII.4.4.4. reflexión sobre el valor auditivo de los elementos de sonorización.

VIII. El verdadero trabajo del Maestro en el cine, cuando se trata del aspecto formativo, consiste:

VIII.1. en enseñar al Alumno a ABSTRAER y a ORGANIZAR los elementos de su sensibilidad

VIII.2. para que pueda el estudiante, a la larga, CONVERTIRLOS EN ELEMENTOS CONCRETOS de su praxis cinematográfica.

IX. Se requiere de una buena dosis de CAPACIDAD DE ABSTRACCION.

IX.1. En este terreno el aprendizaje es lento, porque se trata de adquirir una forma de concebir,

IX.2. que como todo proceso mental de fondo se desarrolla lentamente a pesar de la invasión de las formas audiovisuales de comunicación contemporánea, y de la impresión simplista de que, debido a esto, prácticamente todo mundo puede llegar a expresarse fácilmente a través de estos medios.

X. El cine es una forma de expresión, es un lenguaje.

De acuerdo a una aproximación estructuralista, en la práctica de una lengua hay los sujetos que pueden designarse como

X.1. HABLANTE-OYENTES de la misma

X.2. y los que, además de ser "Hablante-Oyentes" son ESCRIBIENTES.

XI. En el caso del cine,

los espectadores,

los críticos,

los historiadores,

los estudiosos del fenómeno

pueden llamarse también "HABLANTE-OYENTES" del lenguaje cinematográfico;

pero estas personas NO PRACTICAN LA ESCRITURA DEL CINE.

Entienden y hablan cine, PERO NO LO ESCRIBEN.

Y aunque los críticos y los estudiosos conozcan las reglas del idioma audiovisual y su gramática,

SU MEDIO DE COMUNICACION Y DE EXPRESION es LA PALABRA

Y NO LAS IMAGENES EN MOVIMIENTO acompañadas de su correspondiente - banda sonora.

XII. El que pretende ser "ESCRIBIENTE" del idioma cinematográfico, y que ya conoce la lengua del cine como "Hablante-Oyente" (=tiene una cultura cinematográfica),

debe pasar por un proceso complejo que:

XII.1. en su primera fase se asemeja a LA ALFABETIZACION

XII.2. y en su segunda etapa al APRENDIZAJE DE UN IDIOMA EXTRANJERO.

XIII. El cine es siempre un idioma adquirido, una segunda lengua que requiere años de manejo para que sirva fielmente como medio -- verdadero de expresión, aunque en sus formas básicas -- como cualquier idioma aprendido y empleado de manera elemental -- permite la comunicación primaria de -- ideas.

XIV. No hay que equivocarse:

XIV.1. quien domina algunos elementos de la gramática cinematográfica
y consigue esta comunicación primaria de ideas y emociones no
es un cineasta formado;

XIC.2. como no se puede pretender que alguien
que domina los principios de la ortografía, la gramática y la
sintaxis,
puede realmente expresar ampliamente por escrito lo que pien-
sa y lo que siente.

XV. Hay muchos niveles de expresión
y muchos niveles de realidad:

XV.1. si se desea que un lenguaje pase de la comunicación superficial
a niveles más profundos,

XV.2. el proceso formativo del cineasta debe estar debidamente orien-
tado,
artística y técnicamente hablando,
hacia esos niveles

XV.3. Y TRASCENDER A EXPRESAR
utilizando la naturaleza del MEDIO-CINE.

A N E X O III

REGLAMENTO DE TALLERES Y LABORATORIOS

CAPITULO I

GENERALES

- Art. 1.- Los Talleres de Diseño, Literatura, Fotografía, Música, Periodismo, Radio, Cine, Televisión, Audiovisuales y Multimedia y Publicidad tienen las siguientes funciones:
- a) dar de servicio de laboratorio a Maestros y Alumnos de las Escuelas de Ciencias de la Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad;
 - b) considerar primordial el trabajo Interdepartamental;
 - d) implementar funciones interdisciplinarias entre las Escuelas de la Universidad del Noreste;
 - e) promover concursos a través del Departamento de Extensión Cultural,
- para todo lo cual cada Taller o Laboratorio deberá contar con un Encargado, responsable del equipo y del desempeño de actividades.

CAPITULO II

OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DEL ENCARGADO

- Art. 2.- Son obligaciones del Encargado:
- a) presentar a la Secretaría Administrativa de las Escuelas, por anticipado, un programa presupuestal, mencionando la posible compra de equipo y material, incluyendo opciones de gastos de reparación y repuestos;
 - b) mantener en buen estado y siempre limpio el equipo y material. Esto no quiere decir que el Encargado tenga que hacer el mantenimiento y limpieza, sino cuidar que se haga;
 - c) lograr el buen comportamiento del personal que labora bajo sus órdenes;
 - d) vigilar la aplicación de la teoría en el uso del equipo y material, corrigiendo y cooperando para el logro de la función de los Talleres y Laboratorios;
 - e) permanecer en el lugar de la práctica mientras exista la práctica. El Encargado no podrá ausentarse del Laboratorio durante ese tiempo, a menos que deje un Suplente, pero recordando que el Encargado es el único Responsable.
 - f) si tiene que prestar algún equipo, llenar una forma especial que le firmará la persona a quien se le preste el equipo, indicando claramente:
 - especificación del equipo,
 - cantidad,
 - fecha de salida,
 - fecha en que deberá regresarse;al recibir el equipo prestado, revisar las condiciones en que se lo entregan.

- g) Presentar a la Secretaría Académica una relación semestral de trabajos y prácticas.

CAPITULO III DEL EQUIPO

- Art. 3.- Ningún equipo y material podrá ser prestado o utilizado, dentro o fuera del Laboratorio, sin previo permiso del Encargado y del Secretario Administrativo.
- Art. 4.- En cualquier desperfecto o pérdida culpables del equipo o material del Taller, su reparación o reposición quedara a cargo del Alumno o del Encargado responsable del daño.
- Al responsable del daño, se le notificará su responsabilidad hasta por dos veces;
 - una tercera notificación, dado el caso, se hará directamente al Departamento Administrativo de la Universidad del Noreste para que proceda al cobro del daño junto con la Colegiatura.

CAPITULO IV DEL MAESTRO

- Art. 5.- Los Talleres y Laboratorios tienen la función de propiciar la verificación y realización concreta de la teoría de la técnica. El Maestro tendrá cuidado de hacer el uso adecuado de los mismos, procurando distribuir las prácticas necesarias a todo lo largo del Semestre y no únicamente en el período de exámenes finales.
- Art. 6.- Las cargas de trabajo para el Alumno deberán ser de común acuerdo entre los demás Maestros del Grupo, para no sobrecargar al estudiante de modo que lo orillen a hacer mal todas las prácticas pudiendo hacer bien cuatro o cinco en el Semestre, lo que redundaría además en la mala utilización de los Laboratorios y Talleres en la formación profesional.
- Art. 7.- Todos los Maestros procurarán apoyar su exposición docente con material audiovisual, previa y debidamente elaborado en correspondencia con el programa objetivado.
- Art. 8.- El Maestro que necesite utilizar material audiovisual, deberá requisitarlo al Encargado del Taller con ocho días mínimo de anticipación, quedando sujeto a los Artículos 3 y 4 de este Reglamento.
- Art. 9.- Todo Maestro que desee elaborar su material audiovisual de apoyo docente:
- indicará claramente el tema;
 - presentará el material (libros, revistas, fotografías, etc.) de donde se sacarán las diapositivas;
 - en cada libro o revista, señalará claramente la página y la(s) fotografía(s) o dibujo(s) a tomarse;
 - indicará también cuántas veces requiere de la misma fotogra-

- fía o dibujo, o si es preciso elaborar un collage;
- e) si lleva texto grabado, presentará dicho texto por triplicado, debidamente separado en sus cláusulas para el correcto énfasis;
 - f) si requiere de gráficas que no vienen ni en los libros, ni en revistas, procurará esbozarlas en una hoja blanca para pasarlas al Departamento de Diseño donde se elaborarán debidamente para ser fotografiadas;
- todo esto deberá presentarse al Encargado del Taller con quince días mínimo de anticipación.

CAPITULO V OBLIGACIONES DE LOS ALUMNOS

Art. 10.- Son obligaciones de los Alumnos:

- a) respetar los horarios y Reglamentos establecidos para el uso de los Laboratorios o Talleres;
- b) solicitar con ocho días de anticipación el equipo que deberán utilizar fuera de las prácticas establecidas en el Programa;
- c) no entrar con alimentos o refrescos a los Talleres o Laboratorios;
- d) no fumar en ninguno de los Laboratorios;
- e) donde y cuando se requiera, guardar el debido silencio.

CAPITULO VI TALLER DE DISEÑO

Art. 11.- El Taller de Diseño tiene asignada una función fundamental: -- preparar al Alumno, de manera directa, con materiales y técnicas, para ser capaz de elaborar toda clase de mensajes visuales de manera profesional.

Art. 12.- El Taller de Diseño también tiene la función de proporcionar -- colaboración visual profesional:

- a) interescolar: a las Escuelas de la Universidad del Noreste que lo requieran.

Art. 13.- En relación con el Taller de Diseño, el Alumno:

- a) deberá presentarse a sus prácticas cinco minutos antes del horario señalado;
- b) deberá escuchar del Maestro las indicaciones precisas sobre:
 - 1) lo que va a hacer en la práctica;
 - a) el modo de utilizar el equipo y material para la práctica;
- c) para sus prácticas requerirá ambiente de abstracción (silencio absoluto); por tanto, evite pláticas inútiles y aclare -- todas sus dudas antes de iniciar la práctica correspondiente;
- d) para la práctica pertinente, deberá presentarse al Taller -- con el material requerido por el Maestro en la clase anterior. Quien no cumpla con este ordenamiento no podrá participar en el Taller;
- e) debe entender que el diseño requiere mucha limpieza en los trabajos; por tanto, es absolutamente indispensable que no

- se introduzcan alimentos y refrescos al Taller;
- f) comprenderá que terminada la práctica, que será de cinco minutos antes del tiempo de clase, pondrá en orden el equipo (con la limpieza debida) que se le facilitó en el Taller y recogerá el material utilizado. De no observarse este ordenamiento, el Encargado como el Alumno estarán sujetos al -- Artículo 4 de este Reglamento o, como mínimo, no se le permitirá en adelante el uso del equipo y del material del Taller.

- Art. 14.- Para los diseños a nivel Interdepartamental, como material de apoyo que es, la Dirección de las Escuelas de Ciencias de la -- Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad deberá proporcionar equipo y el material necesario.
- Art. 15.- Para los diseños a nivel Interescolar, el Taller de Diseño proporcionará el equipo y realización, pero el material requerido, así como presupuesto de impresión en offset e imprenta, presupuesto de fotomecánica, presupuesto de traslado al lugar de la impresión (Monterrey, México, etc.), será por cuenta de la Escuela solicitante.
- Art. 16.- Para que el Departamento de Diseño pueda desempeñar debidamente sus funciones Interdepartamental e Interescolar, es necesario:
- a) que los trabajos estén claramente señalados por escrito;
 - b) que los trabajos estén debidamente requisitados por escrito:
 - 1) material de gráficas: con 8 días mínimos de anticipación;
 - 2) material de apoyo docente: con 15 días mínimo de anticipación;
 - 3) material de conferencias, seminarios, simposios, etc., -- con 45 días de anticipación.
- Art. 17.- Al Taller de Diseño tendrán acceso solamente las personas que trabajan y/o los Alumnos que practican, durante el trabajo y -- durante las horas de práctica. Por tanto, queda prohibida la -- entrada a toda persona ajena a este Taller de Diseño.
- Art. 18.- Para la realización de las prácticas necesarias en la formación profesional, el Taller de Diseño proporcionará al Alumno el -- equipo y el Alumno aportará su propio material a utilizar.

CAPITULO VII

TALLER DE LITERATURA

- Art. 19.- El sentido de un taller es significado de praxis, de práctica. Como está claramente expuesto en el Plan de Estudios de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad, VII.10.4., "este Taller de Literatura debe -- servir para que se aprenda lo que no se sabe, se corrija lo -- que está equivocado, se adquiera el significado completo de -- los vocablos sobre los cuales se tenía noción parcial y ratifi -- quen y fortalezcan sus conocimientos que ya tienen".

Art. 20.- En este Taller de Literatura debe trabajarse con ORDENES DE TRABAJO, que es una guía para el desarrollo de las actividades. Estas ORDENES DE TRABAJO:

- a) pueden iniciar sobre un mismo tema: una misma actividad para todos los estudiantes;
- b) perfiladas las disposiciones naturales, las actitudes, se puede continuar con ORDENES DE TRABAJO DIFERENCIADAS: sobre un mismo tema se puede hacer relato, cuento corto, poesía en verso o en prosa y alguna crónica en la que se combine lo literario con lo informativo.

Art. 21.- Un aspecto importantísimo del Taller de Literatura es el manejo de los GRANDES MODELOS: trozos, fragmentos o textos que el practicante tratará de imitar inicialmente para lograr su propio estilo posteriormente. Para alcanzar este objetivo, de acuerdo con el Maestro, procurará cada Alumno hacerse de una buena biblioteca literaria, o al menos ser asiduo lector en la Biblioteca de la Escuela.

Art. 22.- Un objetivo secundario de este Taller de Literatura es lograr conjuntar, en un momento dado, la Redacción, lo Literario, el aspecto Musical en el Guionismo profesional para los diversos Medios de Comunicación Social, por un lado, o en un texto Publicitario debidamente elaborado, por otro.

CAPITULO VIII TALLER DE MUSICA

Art. 23.- El Taller de Música tiene el objetivo primordial de concientizar y capacitar al Alumno para que pueda musicalizar profesionalmente toda clase de textos, que han de manejarse como mensajes a través de los Medios de Comunicación Social. En este Taller, por lo tanto:

- a) deberá analizar la estructura de textos determinados por el Maestro, o realizados y propuestos por el Alumno y aceptados por el Maestro;
- b) en este análisis, procurará encontrar la sonoridad natural del texto, de acuerdo a la estructura de la frase, a la intención del mensaje y al énfasis que requiere su pronunciación;
- c) adaptará, de la música existente hasta la época, la que mejor convenga para lograr la comunicación requerida. Para alcanzar esto:
 - 1) deberá conocer los géneros musicales existentes en las diferentes épocas con diferentes autores;
 - 2) deberá conocer si la expresión del sentimiento musical es de alegría, de tristeza, de dolor, marcial, etc.
- d) Esta adaptación procurará que sea una adecuación entre frase y número de compases musicales, sin perder la melodía.

Art. 24.- El equipo requerido para la eficiente práctica musical está bajo la responsabilidad del Maestro y bajo el cuidado de todos los Alumnos. Por tanto:

- a) la tornamesa deberá ser manejada por el Maestro o por la persona que, bajo su responsabilidad, crea que puede hacerlo;

- b) los discos que son propiedad de las Escuelas de Ciencias de la Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad, son para la práctica de los Alumnos y
- c) no podrán ser manejados fuera de las Escuelas, para eventos que no sean las prácticas de Taller, ni por personas ajenas al Taller y a las Escuelas.

Art. 25.- En estas prácticas se maneja equipo y cables; por tanto,
a) está prohibido entrar al Taller con alimentos y refrescos;
b) deben tener cuidado con los cables para no trozarlos ni deteriorarlos.

CAPITULO IX FOTOGRAFIA B/N Y COLOR

Art. 26.- Los Laboratorios de Fotografía Blanco y Negro y Color tienen - el objetivo primordial de cimentar la teoría de la técnica y - de COMPONER PRACTICAMENTE DE ACUERDO A LOS LINEAMIENTOS DE LA TECNICA DEL DISEÑO. No se trata de tomar fotografías por fotografiar, sino de EMITIR UN MENSAJE a través del medio fotografía COMPONIENDO PROFESIONALMENTE el punto, la línea, el color, peso, masa, textura, etc.

Art. 27.- Estos Laboratorios permanecerán abiertos para las prácticas señaladas conforme al Programa de estudios, y diariamente de las 9 a las 13 horas para ejercicios que no interfieran las prácticas obligatorias. Si necesitan ser utilizados a esas horas, -- que no son de prácticas obligatorias, deberá haber un permiso expreso por escrito de la Secretaría Administrativa y estar -- presente el Encargado de los Laboratorios.

Art. 28.- Sólo podrán entrar a los Laboratorios personas autorizadas, -- que estarán señaladas por la clasificación de grupos y de horarios, o en la forma escrita expedida por la Secretaría Administrativa.

Art. 29.- El material que se utilice correrá por cuenta del Alumno o --- Maestro que lo utilice.

Art. 30.- Después de haber trabajado dentro de los Laboratorios, el equipo deberá ser apagado y DESCONECTADO y deberá ser limpiado meticulosamente, así como el local. De no apegarse a esta norma, no se volverá a permitir la entrada a los Laboratorios a este grupo de Alumnos, Siempre se quedará sujeto a la sanción del - Artículo 4 de este Reglamento.

CAPITULO X
TALLER DE PRENSA

Art. 31.- El Taller de Prensa procurará facilitar la práctica necesaria para que el Alumno sea capaz de elaborar, redactar, esquemar y realizar todo lo pertinente al manejo profesional de la información periodística, en que:

- .se tiene algo nuevo que decir,
- .se dice,
- .se calla en cuanto queda dicho y
- .se da a la publicación título y orden adecuados.

Art. 32.- A esta altura de estudios de la Carrera, el Alumno deberá manejar ya profesionalmente su lenguaje escrito: gramaticalmente, sintácticamente, conociendo inclusive la morfología de las oraciones, frases y textos en sus estilos directo e indirecto. Si se detecta alguna falla en esto tan importante para el profesionista de la Comunicación, deberá establecerse una forma inicial de corrección, debidamente programada para no entorpecer el plan de trabajo correspondiente al Taller de Prensa.

Art. 33.- Para lograr el objetivo del Taller:

- a) se cuenta con un equipo de máquinas de escribir. Estas máquinas:
 - 1) sólo son para las prácticas del Taller y de ninguna manera para elaboración de trabajos ajenos al Taller;
 - 2) siempre deberán estar en el Taller. Si por alguna razón justificada debe salir el equipo, esto se hará por mediación del Encargado o del Maestro y con autorización expresa por escrito de la Secretaría Administrativa.
- b) Sólo entrarán los Alumnos que tengan la práctica y de ninguna manera personas ajenas o grupos que no tienen, en ese momento o en ese día, su práctica correspondiente;
- c) los Alumnos a quienes les corresponde practicar:
 - 1) deberán estar a la hora señalada;
 - 2) con el material requerido para la práctica;
 - 3) habiendo entrado no podrán ausentarse del Taller;
 - 4) evitarán la introducción de alimentos y refrescos;
 - 5) concluirán la práctica en el tiempo señalado;
 - 6) procurarán dejar todo en orden y limpio.

CAPITULO XI
TALLER DE RADIO

Art. 34.- Para las prácticas en el Taller de Radio, el Alumno debe haber llevado el curso correspondiente de Teoría de Radio.

Art. 35.- El Taller de Radio es para practicar la Teoría de Radio; por tanto:

- a) no es lugar de reunión social;
- b) no es lugar de descanso
- c) no es lugar de preparación de materias y de exámenes de ---
otras asignaturas.

Art. 36.- Tienen acceso al Taller todos los Alumnos y Maestros que de---
seen practicar o elaborar algún material auditivo:

- a) con prioridad para los Alumnos a quienes les corresponde ---
practicar y sólo cuando les corresponda practicar;
- b) los demás grupos que requieran utilizar el equipo, deberán
haberlo solicitado por escrito al Encargado notificándosele
también a la Secretaría Administrativa;
- c) para trabajos ajenos a las Escuelas de Ciencias de la Comu-
nicación y de Relaciones Públicas y Publicidad, deberá ha--
ber autorización expresa por escrito de la Dirección con no
notificación, también por escrito, a la Secretaría Administra-
tiva y al Encargado.

Art. 37.- Para evitar que el equipo sufra algún deterioro:

- a) no podrá introducirse al Taller ningún alimento ni refres-
cos;
- b) no se podrá fumar, sin excepción de personas ni de tiempos;
- c) no se podrá cambiar de posición el equipo instalado sin la
autorización de la Dirección, sin la notificación a la Se-
cretaría Administrativa y al Encargado del Taller;
- d) se deberán extremar cuidados en el manejo de cables y de mi-
crófonos.

Art. 38.- Para que las grabaciones logren un rango profesional, que es -
la pretensión primordial del Taller de Radio:

- a) manéjese cuidadosamente el Guión técnico;
- b) seleccionen la música y coloquen los discos y cintas en el
orden requerido;
- c) distribúyanse los puestos y funciones colocándose en sus --
respectivos lugares con una copia del script (guión) cada -
quien, habiendo señalado en él lo que les corresponde hacer
pendientes del momento en que lo tienen que hacer;
- d) guarden absoluto silencio durante las grabaciones.

Art. 39.- Los discos a utilizarse, sean de las Escuelas de -
la Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad, o perso-
nales:

- a) procuren limpiarlos;
- b) no deben rayarlos;
- c) no deben dejarse fuera de sus respectivas fundas;
- d) los que son de las Escuelas, no deben sacarse del Taller; -
no podrán utilizarse para eventos que no sean las prácticas
del Taller, ni por personas ajenas al Taller y a las Esue-
las;
- e) al finalizar la práctica, el equipo debe quedar en orden y
limpio, desconectado; los discos en su lugar y completos en
número, lo mismo que las cintas de grabación.

CAPITULO IX
TALLER DE TELEVISION.

- Art. 40.- Al Taller de Televisión, sólo tendrán acceso los Alumnos que cursan la materia y únicamente durante el tiempo de prácticas.
- a) Si requiere entrar en otro tiempo, la Dirección deberá autorizarlo por escrito comunicándolo a la Secretaría Administrativa y al Ingeniero Encargado del mantenimiento del equipo, así como al Encargado del Taller.
 - b) Considerada una situación especial, sin que se perjudique el tiempo de prácticas ni se deteriore el equipo del Taller, en eventos que requieran el ESPACIO del estudio se procurará no dañar el linoleum del piso ni manchar las cortinas.
 - c) Estrictamente prohibido entrar con alimentos y refrescos, a excepción de las escenas que requieran grabar con ellos: en estas circunstancias se deberá tener un cuidado especial.
 - d) Queda estrictamente PROHIBIDO FUMAR, a excepción de las escenas que requieran grabar fumando: en estas circunstancias el Encargado estará con un cuidado excesivo, prevenido con un extinguidor. ¡Recuérdese que se está trabajando con equipo eléctrico y electrónico!

- Art. 41.- El Estudio es para ensayo de programas de televisión, prácticas "en frío", grabación o análisis de programas ya grabados.
- a) La actividad a realizarse en concreto se determinará ANTES de entrar al Estudio;
 - b) se llegará al Estudio con el script (guión) realizado, plenamente revisado: sabiendo ya qué se va a hacer. El Estudio de televisión no es el lugar para ir a hacer el script, sino para realizarlo VISUAL Y AUDITIVAMENTE;
 - c) antes de entrar al Estudio para realización, se habrá chequeado la utilería, la escenografía y todo lo requerido para la grabación de "ese" programa.

- Art. 42.- La entrada al Estudio de televisión será 5 minutos antes de lo programado y, una vez iniciado el ensayo, grabación o análisis de programa, no se permitirá la salida de Alumnos hasta la hora de descanso y al final de la clase, para evitar interrupciones a los que están trabajando.
- a) No podrán encender y operar los aparatos del equipo sin previa autorización del Encargado del Taller y sólo bajo la supervisión del Ingeniero Encargado del mantenimiento.
 - b) Tendrán sumo cuidado con los cables y extensiones que pueden estar distribuidos en el piso del Estudio:
 - .no se pueden pisar;
 - .no se puede estar parados sobre ellos;
 - .no se pueden jalar y menos en forma brusca;
 - .no se puede pasar nada sobre ellos, y menos algo pesado, - porque se trozan.
 - c) Que ninguna cámara encendida esté enfocada hacia una luz directa: se quemarán los tubos.
 - d) Ninguna cámara, si no se utilizan, estará encendida; si se utiliza, tenga cuidado que no esté "desamarrada" (con el seguro puesto) porque puede caerse.

- e) Los cables de cada una de las cámaras no deberán estar tirantes; forme un "bucle" con él y adhiéralo de alguna manera (por ejemplo con masking tape) a la misma cámara.
- f) Las cámaras son equipo de trabajo de prácticas. No se puede jugar con ellas.
- g) Los tripiés son soportes PARA LAS CAMARAS, de ninguna manera son soportes DE ALUMNOS:
 - .no se puede subir a ellos;
 - .no se puede trasladar en ellos;
 - .no pueden trasladar otras cosas con ellos.

Art. 43.- El piso del Estudio requiere estar lo más plano posible para algunos movimientos especiales de las cámaras. Por lo mismo se les recomienda usar, durante las prácticas, zapatos de suela suave o de goma; además de que nos evitan toda clase de ruidos ajenos a la grabación.

Art. 44.- Por razones del equipo que se maneja, eléctrico y electrónico;

- a) para operarlo, se deberán apegar a las indicaciones del Ingeniero o del Encargado del Estudio;
- b) para cualquier accidente de incendio están colocados junto a la Cabina dos extinguidores. No son para otro uso y menos para jugar con ellos.

Art. 45.- Todos los muebles que se encuentran en el Piso y en la Cabina del Estudio son para servicio de prácticas en el Taller, son muebles de trabajo, no de descanso. Por tanto:

- a) ninguna persona podrá estar recostada en el Estudio, a menos que así lo requiera la escena que se está grabando;
- b) de ninguna manera se podrán subir los pies sobre ellos, a menos que así lo exija la escena de grabación.

Art. 46.- En la grabación se trabaja con AUDIO. Por tanto:

- a) se debe manejar adecuadamente el equipo de sonido;
- b) jamás se golpearán los micrófonos para checar si están bien;
- c) no se deberá hablar, ni en los ensayos, mucho menos en las grabaciones: DEBE GUARDARSE ESTRICTO SILENCIO. Quien no quiera sujetarse a esta norma, debe abandonar el estudio.

Art. 47.- Al concluir la grabación:

- a) deberá recogerse el equipo utilizado, con sumo cuidado porque es equipo delicado, que fácilmente se desajusta;
- b) deberá dejarse limpio, en el lugar destinado para ello:
 - 1) las cámaras, a la esquina contraria a la puerta de la Cabina y junto a ésta. Con su cubierta cada una de ellas.
 - 2) Los cables de las cámaras, debidamente recogidos y colocados en sus soportes respectivos.
 - 3) Los micrófonos y pedestales, recogidos junto con los correspondientes cables de sonido.

Art. 48.- Para hacer una grabación en exteriores:

- a) por escrito deberá indicarse dónde y cuándo se va a realizar;

- b) sacarse el equipo de control remoto, con autorización de la Dirección y bajo la supervisión del Ingeniero o del Encargado del Estudio;
- c) se deberá tener sumo cuidado en el manejo del mismo equipo y regresarse íntegro, lo que constatará el Ingeniero Encargado del mantenimiento del mismo. De lo contrario quedan sujetos a la sanción del Artículo 4 de este Reglamento.

Art. 49.- Para darle efectividad a la práctica de televisión en el Taller:

- 1) los Alumnos podrán trabajar:
 - a) todos los géneros televisivos;
 - b) dando preferencia al GENERO INFORMATIVO.

- 2) En cualquier género que trabajen, supuesto el guión técnico, se requerirá cubrir funciones de:
 - a) Productor-Director
 - b) (Asistente de Director)
 - c) Switcher
 - d) Operador de Video-Tape
 - e) (Operador de Control de Video)
 - f) Operador de Audio
 - g) (Ayudante de Audio)
 - h) Operador de Iluminación
 - i) (Ayudante de Iluminación)
 - j) Floor Manager
 - k) Camarógrafos
 - l) Locutor.

- 3) Esto da una idea de que, para llevar a cabo este Plan de - prácticas, se requiere trabajar con un mínimo de 10 personas.

- 4) El programa noticioso tendrá una particularidad: requerirá de dos grupos:
 - a) el primer grupo, REPORTEROS:
 - 1) se encargará de reportear, investigando con la cámara de televisión los acontecimientos dentro de la comunidad -y fuera de ésta si es posible- para la realización del programa noticioso en el Estudio;
 - 2) para efectuar esto, se encargará de acudir a las fuentes de información con el interés de la noticia (¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿por qué?);
 - 3) reportada la noticia con la cámara de televisión, se encargará de redactar cuidadosamente (para facilitar la edición) y de sacar las copias necesarias del script;
 - 4) se encargará de calificar las noticias grabadas y
 - 5) se encargará de editarlas, dándoles el orden con que aparecerán "al aire" y que es el mismo orden que tiene el script preparado anteriormente.

 - b) El segundo grupo, LOCUTORES, se encargará:
 - 1) de transmitir "al aire" las noticias elaboradas,
 - 2) de hacer entrevistas en el Estudio a personalidades -previamente invitadas para ello,
 - 3) de presentar y entrevistar a grupos musicales, de danza, teatro, etc.

Art. 50.- Las Fuentes principales de información pueden ser las siguientes:

- 1) Personalidades de las diferentes Escuelas de la Universidad del Noreste: Directores y otros Ejecutivos.
- 2) Universidades.
- 3) CIUDADANIA: interés y fines que persiguen, perspectivas. La opinión pública.
- 4) Entrevistas educativas.
- 5) Eventos culturales
- 6) Eventos deportivos
- 7) Eventos sociales, Clubes, Grupos, Organismos, etc.
- 8) Servicios de Auxilio público (Bomberos, Policía, etc.)
- 9) Estaciones meteorológicas
- 10) Dependencias de Gobierno
- 11) Secretaría de Turismo
- 12) Petróleos Mexicanos
- 13) Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos
- 14) Zona Franca Portuaria
- 15) Periódicos
- 16) Estaciones radiodifusoras
- 17) Estaciones de televisión, etc.

Estas Fuentes señaladas son indicativas, no exhaustivas.

Art. 51.- Este Plan de prácticas requiere:

- a) entusiasmo por parte de los Alumnos y Maestros;
- b) constante iniciativa, mucha imaginación;
- c) disciplina para lograr hacer bien y mejor las cosas.

Art. 52.- Este Plan tomará en cuenta para evaluación:

- a) la asistencia,
- b) la puntualidad,
- c) el seguimiento de las normas televisivas,
- d) el espíritu de colaboración en equipo y
- e) el aprovechamiento.

INVESTIGACION Y DE ENSEÑANZA.

De acuerdo al desarrollo y a la expansión de las Escuelas de Ciencias de la Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad, se considera indispensable la asesoría directa y sistemática, por la importancia que implica, para estas Escuelas, la RETROALIMENTACION Y EVALUACION PERMANENTE DE LA DOCENCIA. De no ser así, se corre el riesgo de corromperlas y de crear graves problemas a Alumnos, Maestros y a la Universidad.

Recientemente se realizó una autoevaluación sobre este tópico para ver el funcionamiento de dichas Escuelas. Con base en las conclusiones obtenidas, se planteó la necesidad de establecer una AREA DE AUXILIO para la implementación de un SISTEMA DE DOCENCIA fidedigno y empíricamente desarrollado de acuerdo a la teoría andragógica moderna y de esta manera unificar los criterios para el desarrollo del mismo.

FINALIDADES DE LA CREACION DEL AREA DE INVESTIGACION Y ENSEÑANZA.-

1. Promover la aplicación satisfactoria de la teoría andragógica en los programas de estudios y docencia en las Facultades.
2. Establecer mecanismos autocorrectivos permanentes y a todo nivel de implementación.
3. Unificar criterios de operación.
4. Establecer una jerarquización de las funciones y responsabilidades de todo personal docente que imparten clases o asesoría en las Facultades.
5. Fomentar el desarrollo y uso de material educativo, diseñado de tal manera que contenga indefectiblemente una estructuración y programación por materias.
6. Procurar la evaluación y actualización periódica de los materiales didácticos, realizando la investigación y experimentación pertinentes.
7. Asegurar que los Maestros estén permanentemente capacitados en técnicas didácticas en el área que enseñan y en el Curriculum.
8. Procurar que los sistemas de evaluación de conocimientos que se utilizan en las Facultades contengan elementos retroalimentadores.

PLAN DE TRABAJO INICIAL POR PRIORIDADES.-

1. Fomentar el desarrollo de los Programas de estudio por asignatura.
2. Procurar que las demás áreas (o LINEAS) empiecen a funcionar bien.
3. Desarrollar Programas de los cursos de Metodología y de Seminario de Tesis, los cuales serán útiles como modelos para las demás asignaturas.
4. Poner en orden los recursos didácticos (específicamente las lecturas pertinentes al Area de Investigación en las Ciencias de la Comunicación) para poder manejarlos con más facilidad.
5. Cooperar a buscar y clasificar el material didáctico de apoyo visual que se tiene hasta el momento.

La EDUCACION FUNCIONAL
pretende lograr el desarrollo total del ser humano.

Esto implica actuar por parte del educador en 3 planos:

1. LA PERSONA COMO INDIVIDUO
2. LA PERSONA COMO ESTUDIANTE
3. LA PERSONA COMO SER SOCIAL

Los 3 postulados
y las metas de cada uno de ellos,
determinados por la UNESCO/CREFAL,
son los siguientes:

1. Para la PERSONA COMO INDIVIDUO

Postulado: APRENDER A SER

Meta: Autodesarrollo

2. Para la PERSONA COMO ESTUDIANTE

Postulado: APRENDER A APRENDER

Meta: Autoformación

3. Para la PERSONA COMO SER SOCIAL

Postulado: APRENDER A PARTICIPAR

Meta: Autorrealización.

1. APRENDER A SER.-

Consideraciones:

*APRENDER A SER es aprender a luchar
para superarnos como personas.

*Para lograr su superación, una persona necesita:

- a) Converse de que puede ser más y mejor
de lo que es actualmente.
- b) Converse de que todo lo que quiere lograr,
está potencialmente dentro de la misma persona.
- c) Romper con la mediocridad, no aceptar límites,
pensar positivamente.
- d) Convencerse de que se llega a cualquier parte si se actúa;
si la persona misma forja su camino; si se es activo y no pasivo.
- c) Converse de que
nadie puede desarrollar a otra persona,
sino que cada persona es la única capaz de lograrlo.

2. APRENDER A APRENDER.-

- a) Es imposible que una Institución educativa enseñe todo lo que se debe acerca de un tema.
Más bien enseña las nociones y conceptos básicos.
- b) El que aprende a EXTRAER información de las fuentes adecuadas es independiente.
El que tiene como fuente al maestro, es dependiente.
- c) El que sabe aprender sigue sus propios intereses y no los de otros.
- d) APRENDER A APRENDER es la condición esencial para ser libre.

3. APRENDER A PARTICIPAR.-

Consideraciones:

*La PARTICIPACION es condición indispensable para:

- + romper con la dependencia
- + romper con la enajenación
- + alcanzar la plena realización
- + ser agente de cambio.

*Para la EDUCACION FUNCIONAL;
no toda participación es útil,
sólo aquella que es:

- + Activa
- + Responsable
- + Crítica.

*Esta PARTICIPACION se logra únicamente si:

- + La persona ha comenzado a APRENDER A SER
- + Si puede relacionarse con los demás en forma solidaria y espontánea
- + Si la persona tiene conciencia de la dinámica de la sociedad y de su ubicación dentro de esa realidad social
- + Si conoce la problemática socioeconómica a un nivel aceptable.

La PARTICIPACION,
lógicamente,
se facilita en sus inicios con la integración del individuo a un grupo.

VIII. OTRAS ACTIVIDADES QUE REDONDEAN LA FORMACION PROFESIONAL DEL -
COMUNICADOR.

VIII.1. DANZA, TEATRO, POESIA. Basta decir que también son po-
derosos medios de comunicación y que hacen del Comuni-
cador un ser más humano entre tanta técnica.

VIII.2. CONFERENCIAS, EXPOSICIONES, PUBLICACIONES. Son otros -
medios necesarios para complementar la formación profe-
sional y determinar exactamente el perfil de este Comu-
nicador.

IX. I D I O M A S.-

Son requisitos indispensables para el desempeño profesional ade-
cuado, ya que el Comunicador Social interviene directamente en -
el desarrollo empresarial, y la Empresa, en su eficacia, requie-
re del conocimiento de idiomas, principalmente del idioma INGLES.
Además de que un porcentaje muy elevado de la bibliografía que -
manejanos viene fundamentalmente en este idioma. En todo caso --
siempre significará una forma segura de personalidad más acabada
y completa, y nuevos horizontes en la vida.

IX.1. Para los estudiantes de la licenciatura en CIENCIAS DE LA
COMUNICACION basta que sepan traducir el Idioma INGLES y -
el FRANCES. El Departamento de Idiomas de la UNIVERSIDAD -
DEL NORESTE notificará la acreditación de dicha traducción
del idioma INGLES, antes de que el estudiante inicie la Es-
pecialización; es decir, antes del V Semestre. Del idioma
FRANCES, al inicio del VIII Semestre.

IX.2. Para los estudiantes de la licenciatura en RELACIONES PU-
BLICAS Y PUBLICIDAD, por su inminente desempeño en las En-
presas en puestos de Asesoramiento a nivel Gerencial, debe
saber traducir y hablar el Idioma INGLES y, por lo menos,
traducir el Idioma FRANCES. El Departamento de Idiomas de
la UNIVERSIDAD DEL NORESTE notificará la acreditación de -
dicho requerimiento: del idioma INGLES, antes de pasar a -
la Especialidad, o sea en IV Semestre; del FRANCES, al ---
principio del VIII Semestre.

X. OBJETIVOS DEL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO.

- X.1. Se trata de transformar al futuro profesionista en un sujeto --- activo de la transformación de su propio ejercicio profesional vinculado y participante a las transformaciones y cambios en la estructura social.
- X.2. Crítico en la medida que dispone de un instrumental científico que le permite la comprensión, análisis e interpretación de los fenómenos comunicativos interrelacionados con los demás procesos sociales y COMPROMETIDO con los procesos históricos que se dan en la sociedad en que vive y que no le son ajenos.
- X.3. Para esto, EL PLAN DOCENTE tiene por objetivo educativo desarrollar en el alumno SU DOMINIO SOBRE LOS LENGUAJES ESPECIFICOS DE LOS DISTINTOS MEDIOS MASIVOS: su dominio técnico en términos de producción comunicativa concreta y el desarrollo de su capacidad expresiva-creativa fundada en una reflexión científica-crítica de la realidad Regional y Nacional.

UNIVERSIDAD DEL NORESTE
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
ESCUELA DE RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

TAMPICO, 1981.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y
RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD
UNIVERSIDAD DEL NOROESTE

REGLAMENTO INTERNO

Título Primero
DISPOSICIONES GENERALES

Título Segundo
DE LA DIRECCION

Capítulo I
DEL DIRECTOR

Capítulo II
DEL SECRETARIO ACADEMICO

Capítulo III
DEL COORDINADOR DE DIFUSION CULTURAL

Capítulo IV
DEL SECRETARIO ADMINISTRATIVO

Título Tercero
DEL PERSONAL ACADEMICO

Capítulo V
DEL PROFESOR

Título Cuarto

Capítulo VI

DE LOS DEPARTAMENTOS Y DE LOS ENCARGADOS

Título Quinto

Capítulo VII

DE LOS ALUMNOS

Título Sexto

Capítulo VIII

DE LOS TRABAJOS Y TAREAS

Título Séptimo

Capítulo IX

DE LAS CALIFICACIONES

Título Octavo

Capítulo X

DE LOS EXAMENES

Título Noveno

Capítulo XI

TRANSITORIO

TITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Este Reglamento regirá las actividades académicas de docencia, investigación, preservación y difusión de la cultura, las actividades de naturaleza tanto técnica como administrativa relacionadas con las anteriores, y a los alumnos de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad.

TITULO SEGUNDO

DE LA DIRECCION

Artículo 2.- Los planes de organización académica, las especialidades profesionales y las modalidades a los mismos que establezca la Dirección, serán la base para el desarrollo de las actividades académicas, técnicas y administrativas que se asignen al personal y alumnos de la carrera.

CAPITULO I

DEL DIRECTOR

Artículo 3.- Es director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad aquel que llene los siguientes requisitos:

- a).- Tener doctorado en Ciencias de la Comunicación o ser Licenciado en la misma y en alguna otra carrera humanística.
- b).- Tener mínimo cinco años de experiencia en algún medio y empresa audiovisual de relevante importancia social.
- c).- Estar capacitado para planear, investigar y establecer objetivos y programas de estudio a nivel Universitario.

CAPITULO II

DEL SECRETARIO ACADEMICO

Artículo 4.- Es Secretario Académico de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad aquel que cumpla los siguientes requisitos:

- a).- Tener mínimo de Licenciado en alguna Carrera de Comunicación y experiencia académica Universitaria.
- b).- Ser capaz de substituir en sus funciones al Director en caso necesario.
- c).- Coordinar las actividades de los profesores y la planeación, aplicación y desarrollo de los programas de estudio.
- d).- Encabezar y coordinar consejos académicos para dar validez a trabajos de investigación, tesis, fechas de exámenes y políticas a seguir en departamentos.

- e).- Nombrar sinodales para exámenes profesionales así como para revisión - de exámenes ordinarios.
- f).- Plantear ante la dirección los nuevos programas de estudios y política a seguir en departamentos para su validez.
- g).- Examinar y valorar ante la dirección los informes sobre las funciones académicas departamentales e interdepartamentales.
- h).- Examinar y valorar ante la Dirección los programas presupuestales departamentales, bajo la asesoría de la Secretaría Administrativa.
- i).- Examinar y valorar ante la Dirección cualquier convenio o compromiso de la carrera con el exterior, sea este de índole académico, cultural u otro posible.
- j).- Ver que se cumpla el trabajo de Servicio Social según lo dispuesto - por la Ley Orgánica.
- k).- Presentar ante la Dirección, al final de cada Semestre, un informe de las actividades académicas y valoración de los resultados.

CAPITULO III

DEL COORDINADOR DE DIFUSION CULTURAL

Artículo 5.- Es coordinador de Difusión Cultural de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas aquel que cumpla con los siguientes requisitos:

- a).- Ser Licenciado en alguna Carrera de Comunicación y haber trabajado en algún puesto importante, mínimo en tres de los siguientes campos: Literatura, Cine, Periodismo, Pintura, Televisión, Danza, Relaciones - Públicas.
- b).- Ser responsable de la imagen de la Carrera ante el exterior, bajo la supervisión de la Dirección.
- c).- Examinar y valorar ante la Secretaría Académica y Administrativa los programas presupuestales departamentales.
- d).- Valorar las funciones culturales de los departamentos y presentar ante la Dirección sus logros semestrales así como planes a seguir.
- e).- Coordinar las actividades culturales de los departamentos, interdependencias o con otros externos a la Universidad, bajo la supervisión de la Secretaría Académica.
- f).- Facilitar y promover actividades de Teatro, Danza, Música, Poesía, Literatura, Exposiciones bajo la supervisión de la Secretaría Académica.
- g).- Organizar, Coordinar, Supervisar y Evaluar la realización anual del - Simposio de Comunicación.
- h).- Estar al tanto de convenio de becas, viajes de estudio, concursos - artísticos, y otras actividades, bajo la supervisión de la Secretaría Académica.

CAPITULO IV
DEL SECRETARIO ADMINISTRATIVO

Artículo 6.- Es Secretario Administrativo de la Carrera de Ciencias de la - Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad aquel que cumpla con los siguientes requisitos:

- a).- Ser Licenciado en Administración.
- b).- Estar capacitado para organizar mediante un reclamo al personal administrativo, equipo y material, con el fin de apoyar los objetivos académicos y culturales que la carrera persigue.
- c).- Asesorar desde el punto de vista legal a la Dirección en la compra de material y equipo.
- d).- Supervisar la compra, almacenamiento y uso del material y equipo.
- e).- Prestar a la Dirección, al final de cada semestre, el estado financiero del presupuesto departamental.

TITULO TERCERO
DEL PERSONAL ACADEMICO

Artículo 7.- Son profesores de la Carrera:

- a).- El Profesor de tiempo completo.
- b).- El Profesor de medio tiempo.
- c).- El Profesor de tiempo determinado o por horas.
- d).- El Profesor visitante.
- e).- El Ayudante.

CAPITULO QUINTO
DEL PROFESOR

Artículo 8.- Son obligaciones de los Profesores:

- a).- Pasar lista al entrar a clase y una vez puesta la falta únicamente se podrá cambiar por retardo dentro de los primeros quince minutos de la hora. Ningún alumno sin excepción, podrá entrar a la clase pasados quince minutos de iniciada ésta.
- b).- Firmar las listas de asistencias al final de su clase y especificar el tema que impartieron ese día. De no hacerlo se procederá al descuento de salario, tomando en cuenta el número de inasistencias.
- c).- Nulificar las faltas de aquellos alumnos que presenten una justificación de las mismas, firmada por la Dirección de la Escuela.

Artículo 9.- Es Profesor de tiempo completo el que llene los siguientes requisitos:

- a).- Trabajar 40 Horas a la semana.

- b).- Impartir un mínimo de 18 horas de clase a la semana.
- c).- Aportar trabajos de investigación y apuntes relacionados con la materia que se imparta. El tiempo de trabajo de la investigación, así como el objetivo, será determinado entre el profesor y el Secretario Académico. Estos apuntes serán entregados a la Secretaría Académica al inicio del Semestre.
- d).- Entregar a la Secretaría Académica, al inicio del Semestre, Programas y Objetivos conforme al formato Oficial, para que el alumno los adquiera el Primer día de clases. (El Profesor deberá informarse si existe Programa Oficial).
- e).- Impartir y participar en cursos de especialización.
- f).- Estar dispuestos a substituir en casos urgentes e imprevistos a Profesores de medio tiempo y determinado.
- g).- No trabajar un máximo de 6 horas fuera de la Carrera.
- h).- Hacer uso de los medios audiovisuales como un complemento en la enseñanza para el debido aprendizaje.
- i).- Impartir asesoría fuera de clase.
- j).- Participar en las Juntas Académicas cuando se le requiera.
- k).- Evaluar Exámenes.
- l).- Participar como sinodal en Exámenes finales y de tesis.
- m).- Usar y presentar a la Secretaría Académica una bitácora por materia al final de cada Semestre.

Artículo 10.- Es Profesor de medio tiempo el que llene los siguientes requisitos:

- a).- Trabajar 20 horas a la semana.
- b).- Impartir un mínimo de 10 horas de clase a la semana.
- c).- Aportar apuntes y bibliografías de la materia que se imparta.
- d).- Entregar a la Secretaría Académica, al inicio del Semestre, Programas y Objetivos conforme al formato Oficial, para que el alumno los requiera el primer día de clases. (El Profesor se informará si existe un programa oficial).
- e).- Participar en cursos de especialización.
- f).- Hacer uso de los medios audiovisuales como un complemento en la enseñanza para el debido aprendizaje.
- g).- Evaluar los Exámenes.
- h).- Participar como sinodal en Exámenes finales y de tesis.
- i).- Usar y presentar en la Secretaría Académica una bitácora por materia al final de cada Semestre.

Artículo 11.- Es Profesor de tiempo indeterminado el que llene los siguientes requisitos:

- a).- Impartir un máximo de 10 horas de clase a la semana.
- b).- Aportar apuntes y bibliografía de la materia que se imparte.
- c).- Entregar a la Secretaría Académica, al inicio del Semestre, Programas y Objetivos conforme al formato Oficial, para que el alumno los adquiera el primer día de clases. (El Profesor se informará si existe ya un Programa Oficial).
- d).- Hacer uso de los medios audiovisuales como un complemento de la enseñanza para el debido aprendizaje.
- e).- Evaluar Exámenes.

Artículo 12.- Es Profesor ayudante el que llene los siguientes requisitos:

- a).- Ser Pasante.
- b).- Impartir un máximo de 6 horas de clase a la semana, siempre bajo asesoría de un Profesor técnico.
- c).- Hacer uso de los medios audiovisuales como un complemento en la enseñanza para el debido aprendizaje.
- d).- Evaluar Exámenes.

TITULO CUARTO

CAPITULO VI

DE LOS DEPARTAMENTOS Y DE LOS ENCARGADOS

Artículo 13.- Los Departamentos son órganos a través de los cuales la Escuela desarrolla sus funciones, con los cuales estructura planes y mediante ellos logra sus objetivos programados.

Artículo 14.- Son encargados (o pasantes) todos aquellos titulados o pasantes universitarios correspondientes al puesto que, bajo su responsabilidad, se brinde apoyo a la enseñanza, colaborando y asesorando a profesores y alumnos de Ciencias de la Comunicación en la realización de trabajos y prácticas establecidas por el Programa de estudio.

Artículo 15.- Los Departamentos siguientes son aquellos que coordinados entre sí tienen como objetivo el apoyo a la docencia, difusión e investigación de la cultura:

- Biblioteca.
- Literatura.
- Diseño.
- Publicidad
- Fotografía
- Música.
- Radio.
- Periodismo

- Cine.
- Televisión.
- Audiovisual y Multimedia.

Artículo 16.- El Departamento de Biblioteca tiene las siguientes funciones:

- a).- Establecer un reglamento oficial para el uso de la biblioteca, donde se dé por sentado que sólo en casos especiales se dará servicio a alumnos o personas externas a la UNE.
- b).- Coordinar el préstamo del material impreso y audiovisual, en un espacio con personal adecuado para la consulta, asesoría o investigación documental.
- c).- Presentar por anticipado un programa presupuestal.
- d).- Buscar, comprar u solicitar el material impreso y audiovisual que se requiera.
- e).- Buscar, bajo previa solicitud, la existencia de material de apoyo a la investigación o trabajos de relevancia Académica, entre las que se considerarán tesis y Servicio Social.
- f).- Prestar Servicio de fotocopiado.
- g).- Rendir informe de trabajo cada fin de Semestre.
- h).- Impartir cursos o pláticas sobre el uso de la biblioteca.
- i).- Establecer acuerdos de intercambio con las bibliotecas y filotecas de otras Universidades o Instituciones Nacional y Extranjeras.

Artículo 17.- Dos Departamentos de Literatura, Diseño, Publicidad, Fotografía, Música, Radio, Periodismo, Cine, Televisión y Audiovisuales y Multimedia tienen las siguientes funciones:

- a).- Establecer un reglamento oficial que rija el trabajo de producción como apoyo académico y la coordinación de las prácticas de los alumnos. Negandósele el servicio a toda persona ajena a la Universidad.
- b).- Contar con un espacio y equipo adecuado para producción y prácticas, personal y material.
- c).- Dar cursos y asesorías.
- d).- Colaborar en la realización de trabajo con fines docentes y de difusión cultural.
- e).- Considerar primordial el trabajo interdepartamental.
- f).- Promover concursos mediante el departamento de difusión cultural.
- g).- Rendir un informe de trabajo cada fin de Semestre.
- h).- Presentar por anticipado un programa presupuestal.

TITULO QUINTO
CAPITULO VII
DE LOS ALUMNOS

Artículo 18.- Se considera alumno todo aquel que esté inscrito en la Escuela de Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas y Publicidad, previo cumplimiento de los requisitos que se establezcan.

Artículo 19.- Son derechos y obligaciones de los alumnos:

- a).- tratar respetuosamente al Director, Secretario Académico, Secretario Administrativo, Coordinador de Difusión Cultural y a los Profesores de las Escuelas.
- b).- Los alumnos tienen la obligación de esperar quince minutos al Maestro que imparte la cátedra y no salir del salón sin su autorización.
- c).- Los alumnos tienen derecho a ser oídos individualmente para exponer sus problemas en forma respetuosa a las Autoridades de las Escuelas:
 - 1).- Para resolución de asuntos académicos, deberá acudir en primera instancia al Secretario Académico. De no encontrar solución a su problema en la Secretaría Académica, deberá acudir a la Dirección de las Escuelas. Si a pesar de ello continúa el problema, podrá acudir a las Autoridades que le señale la Rectoría.
 - 2).- Para resolución de asuntos administrativos (Talleres, equipos y materiales de los mismos, material didáctico, desperfectos en edificio y utensilios de aulas, etc.), deberá acudir en primera instancia a la Secretaría Administrativa. De no encontrar solución a su problema, deberá acudir a la Dirección de las Escuelas. Si a pesar de ello no encuentra solución, podrá acudir a las Autoridades que le señale la Rectoría.
 - 3).- Para la solución de asuntos relacionados con Eventos Especiales Culturales, deberá acudir al Departamento de Extensión Cultural.
 - 4).- Para todo lo relacionado con la Biblioteca, deberá acudir con el Departamento de Biblioteca.
- d).- Será causa de expulsión automática el alumno que falte al respeto en palabra o en obra a las Autoridades y Maestros de las Escuelas.
- e).- Igualmente será motivo de expulsión para aquel alumno que sea sorprendido en uso, posesión o tráfico de sustancias que produzcan drogadicción o que lleve a cabo actos que ofendan a la moral o integridad académica de las Escuelas.
- f).- Los alumnos tienen la obligación de cuidar las instalaciones de las Escuelas (salones, mobiliario, talleres, equipo): la no observancia de esta norma representará la reposición económica del daño. Por lo tanto, queda estrictamente prohibido consumir alimentos y tomar refrescos dentro de los salones, talleres y biblioteca.
- g).- Somos universitarios: lo que favorece una educación y madurez suficientes para comportarnos como tales en todas las circunstancias de tiempo y lugar, Por tanto:

- 1).- queda estrictamente prohibido escribir toda clase de leyendas en cualquier sitio de las Escuelas, particularmente en los sanitarios. La no observancia de esta norma, conforme al criterio de la Dirección, puede ameritar hasta la expulsión definitiva;
 - 2).- queda estrictamente prohibido rayar, o escribir toda clase de información ajena, sobre los trabajos de investigación realizados por los compañeros, Maestros y alumnos, y que, para información de toda la comunidad universitaria, tienen que exponerse en los pasillos de acceso. La no observancia de esta norma, conforme al criterio de la Dirección, puede ameritar expulsión hasta por tres días consecutivos;
- h).- Las Escuelas de Ciencias de la Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad, para mantener informados a los alumnos sobre asuntos relacionados con las mismas, sólo cuenta con las ventanillas de la Dirección y con el pizarrón puesto ex-profeso en el pasillo de acceso. Por tanto, queda estrictamente prohibido otro uso diferente, a menos que se cuente con autorización previa de la misma Dirección. La no observancia de esta norma puede ameritar, conforme al criterio de la Dirección, expulsión hasta por tres días consecutivos.
- i).- Las diferentes actividades profesionales de los Maestros, que imparten cátedra en las Escuelas de Ciencias de la Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad, obliga a ciertos ajustes de horarios en las materias de los Programas de Estudio. La no notificación inmediata, de estos cambios, por parte de la Dirección o Secretaría Académica a los alumnos, no faculta a ninguno de éstos para abandonar las aulas, permaneciendo vigente el horario señalado de entrada y salida de clases.

TITULO SEXTO

CAPITULO VII

DE LOS TRABAJOS Y TAREAS

- Artículo 20.- Los alumnos deberán cumplir con los trabajos y tareas encomendados por los profesores, y para su calificación deberán basarse en los siguientes puntos:
- a).- Todos los trabajos y tareas deberán indicar en la primera página el nombre del alumno y la fecha.
 - b).- Ningún trabajo o tarea se recibirá después de la fecha fijada para su entrega.
 - c).- La entrega del trabajo representará un 10 por ciento de la calificación, la cual podrá ser hasta un 30 por ciento -conforme al criterio del Maestro- en el caso de los trabajos bien elaborados.
 - d).- Los trabajos por escrito se presentarán en hoja tamaño carta, escrita a máquina o en letra de molde.

- e).- Se perderá un punto de la calificación mensual en cualquiera de los siguientes casos:
- 1).- por cada dos ocasiones en que se pregunte y no se haya preparado un tema encargado para el estudio;
 - 2).- por copiar o hablar sin autorización del Maestro durante un -- examen;
 - 3).- por cada expulsión de clase.
- f).- La actitud de colaboración y buen comportamiento dentro de la clase podrá influir, según la apreciación del Maestro, para elevar en mayor o en menor grado la calificación final sobre el cómputo determinado.

TITULO SEPTIMO

CAPITULO IX

DE LAS CALIFICACIONES

Artículo 21.- Las calificaciones mensuales se integran en un 80 por ciento con la calificación del examen mensual y un 20 por ciento con el promedio de las tareas encargadas durante el mes.

Artículo 22.- La tabla de evaluación que debe regir es la siguiente:

S	de 6.0 a 7.3	puntos
B	de 7.4 a 8.7	puntos
MB	de 8.8 a 10.0	puntos

TITULO OCTAVO

CAPITULO X

DE LOS EXAMENES.

Artículo 23.- En las Escuelas de Ciencias de la Comunicación y de Relaciones Públicas y Publicidad habrá únicamente dos períodos de exámenes para cada materia:

- a).- Ordinario
- b).- De Regularización.

Artículo 24.- De conformidad al Artículo 21avo. del Estatuto Orgánico de la Universidad del Noreste, los exámenes son de tres clases:

- a).- Exento
- b).- Ordinario
- c).- Extraordinario.

Artículo 25.- Teniendo en cuenta:

- el cómputo de asistencias,
- la participación en clase,
- el cumplimiento en las cargas de trabajo obligatorio en curso,

el promedio de los exámenes parciales servirá para determinar si el alumno:

- queda exento del examen ordinario semestral,
- si tiene derecho al examen ordinario semestral,
- si debe ir a examen semestral extraordinario.

Artículo 26.- De ninguna manera se podrá promediar el resultado semestral del examen ordinario o extraordinario con lo logrado en los exámenes parciales.

Artículo 27.- Para tener derecho a la exención final semestral:

- a).- deberá mostrarse aprendizaje óptimo mediante exámenes parciales;
 - b).- deberá haber participado activamente en clases, prácticas y trabajos obligatorios;
 - c).- deberá tenerse un 80 por ciento de asistencias sobre el número de clases impartidas;
 - d).- deberá tener un promedio mínimo de 8.8 alcanzado en la materia.
- Cualquier violación de alguno de los incisos a), b), c) y d) significa, por parte de la Dirección, revocación automática de la decisión tomada.

Artículo 28.- Tendrán derecho a presentar examen Ordinario quienes:

- a).- teniendo el 80 por ciento o más de asistencias sobre el número de clases impartidas;
- b).- hayan tenido una calificación mínima de 6 (seis) como promedio de los exámenes parciales de la materia.

Artículo 29.- Con dos exámenes mensuales reprobados de la materia, no se tiene derecho a presentar examen Ordinario final, teniendo que presentarse la materia con carácter de Extraordinario.

Artículo 30.- Con tres faltas de asistencia al mes en la materia, se pierde de el derecho de examen parcial.

Artículo 31.- Tendrán derecho a presentar examen Extraordinario:

- a).- en período Ordinario quienes, teniendo más del 60 por ciento de asistencias y menos del 80 por ciento sobre el número de clases impartidas en esa materia, haya obtenido una calificación máxima de 5 (cinco) como promedio de los exámenes parciales de la materia;
- b).- en período de Regularización; si a juicio del Director existe un número alto de reprobados en el examen extraordinario del período Ordinario celebrado, habiendo sido aprobada la solicitud por la Dirección General de Servicios Escolares para aplicar dicho examen.

Artículo 32.- Los alumnos:

- a).- Únicamente tendrán derecho a un sólo examen de regularización de la materia por semestre;
- b).- están notificados que los resultados de los exámenes de Regularización deberán de reportarse a la Dirección General de Servicios Escolares en actas oficiales establecidas;
- c).- que reprobren el examen Extraordinario correspondiente, deberán cursar la materia nuevamente durante el semestre siguiente, teniendo la oportunidad de presentar un Ordinario y Extraordinario de la materia. Si nuevamente reprobaran la materia, tendrán opción a solicitar una quinta oportunidad como examen Extraordinario Especial a fin de poder acreditar la materia pendiente.

Artículo 33.- El alumno que reprobare tres veces la misma materia, cualquiera que fuese el tipo de examen, no podrá continuar la Carrera.

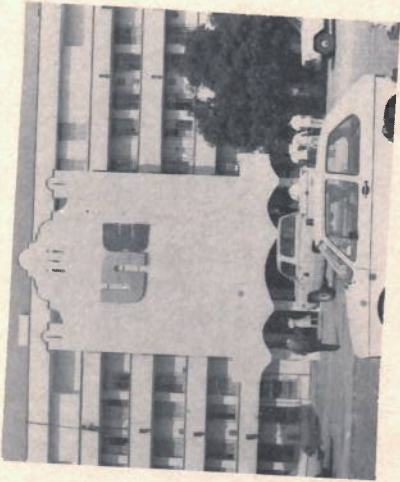
TITULO NOVENO

CAPITULO XI

TRANSITORIO

Artículo 34.- Este Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su aprobación.

REGLAMENTO APROBADO EL 22 DE ENERO
DE 1981 POR EL C. DR. ISMAEL ALANIS
SILVA, RECTOR DE LA UNIVERSIDAD DEL
NORESTE.



UNIVERSIDAD DEL NORESTE

PROLONGACION

AVE. HIDALGO S/n

[CARRETERA TAMPICO - MANTE

KM. 137]

TELS: 3-58-31 Y 3-58-08

EXT. 18

TAMPICO, TAM.



CIENCIAS

DE LA

COMUNICACION

CCC
AF
0157

UNE

Autorización Gobierno del Estado Decreto
359 de Diciembre 14 de 1977.



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-17-

- Relaciones Públicas I -Internas- (VII Semestre)
- Publicidad II (VII Semestre)
- Relaciones Públicas II -Externas- (VIII Semestre)

V.6.5. AREA SOCIAL O COMPLEMENTARIA:

- Lenguaje y Sociedad (V Semestre)
- Relaciones Internacionales (VIII Semestre)
- Seminario de Tesis (VIII Semestre)
- Problemas de la Comunicad (V-VI-VII-VIII Semestres)

V.7. Este PLAN DE ESTUDIOS, pues, "contiene las materias científicas que contribuyen a la formación del estudiante, a efecto de capacitarlo en el uso adecuado de las técnicas especiales de su profesión, y en la aplicación de la teoría y el método de la solución de los problemas prácticos que pueden plantearse en el ejercicio de la misma, con una actitud creadora, que le permita la innovación y el descubrimiento, así como el fundamental desarrollo personal hacia la investigación científica de los problemas propios de su profesión." (Folleto de promoción UNE).



UNIVERSIDAD DEL NOROESTE

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

ESPECIALIDAD DE LA
LICENCIATURA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACION

	V	VI	VII	VIII
V.6.1	Comunicación de Masas	Comunicación de Innovaciones	Comunicación Educativa	comunicación en las Organizaciones
V.6.2	Cine	Televisión I	Televisión II	
	Tipografía		Audiovisuales (Multimedia)	
V.6.3	Radio	Cine	Televisión I	Televisión II
				Audiovisuales (Multimedia)
				Publicidad
V.6.4	Investigación de Mercados	Opinión Pública	Relaciones Púb.I (Internas)	Relaciones Púb. II (Externas)
	Introducción a la Publicidad	Publicidad I	Publicidad II	
V.6.5	Lenguaje y Sociedad			Relaciones Internacionales
				Seminario de Tesis
PROBLEMAS DE LA COMUNIDAD				



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

RELACION DE MAESTROS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION DEL SEMESTRE 1983/2.

MAESTROS DE TIEMPO COMPLETO

Lic. Marisela Olguín Chirinos	Directora
Lic. Martha Villasana Martínez	Secretaria Académica
Lic. Juana Rivas Castelán	Coordinadora del Serv. Social
Lic. Laura Gallifa Reyes	
Lic. Ubaldo López Hernández	
Lic. Martín Sánchez Sierra	
Profa. Cristina Rueda Cataño	
Lic. Alberto Castillo de la Cabada	Coord. del Taller de Audiovi- suales y Multimedia

MAESTROS DE MEDIOS TIEMPOS

Lic. Ana Rosa Ballesteros Cruz	Coord. del Taller de Televisión
Lic. fernando Treviño Espinoza	Coord. del Taller de Televisión
Lic. Leticia Navarro de Sandoval	Secretaria Administrativa
Arq. Edmundo Mascorro Gómez	

MAESTROS DE HORAS LIBRES

C.P. Esteban Fuentes Salazar
Profr. Victor Guerra Pérez
Lic. Mateo Sosa Pérez
Lic. Enriqueta Toledo Rosillo
Lic. Ma. Elena Figueroa de Villaseñor
Profr. José Díaz Castillo
Lic. Gerardo Luque Flores
Lic. José A. Alvarez Ortíz
Lic. Oscar Santiago Crizante
Lic. Luis Gerardo Sámano Fajardo
Lic. Elpidio Castro Monsiváez
Lic. Luis Moral
Profa. Cristina Díaz
Lic. José Francisco Piñeiro
Lic. Ma. Guadalupe Córdova Madrigal
Lic. Ana Patricia Meza Macias
Lic. Ma. del Carmen Matobiche R.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-11-

ciendo:

- el PROCESO de cómo se realiza la Comunicación en cuanto fenómeno práctico, conforme a la teoría de BERLO, con análisis de algunos modelos más (I Semestre).
- Teorías de la Imagen: ¿qué es la imagen? ¿cómo se forma?, sus clases, su trayectoria y su importancia a través de las diferentes épocas. Análisis de teorías sobre los efectos de los Medios de Comunicación en los receptores (II Semestre).
- Desarrollo de los Medios. Un análisis histórico de aportación técnica, artística y de realización de los distintos Medios de Comunicación Social (III Semestre).
- En un IV Semestre, estudiamos la dinámica de los grupos al constituirse como tales para distinguirse de las conformaciones masivas: cómo se forman, cómo se comunican. En este curso los estudiantes conocen las técnicas adecuadas de Comunicación para que el grupo alcance sus objetivos.

IV.6.3. METODOLOGIA.- No cabe ninguna duda respecto a la importancia de la METODOLOGIA en sí (Cfr. INTRODUCCION) para las Universidades y, particularmente, para las Especialidades en Ciencias de la Comunicación.

IV.6.3.1. Lo hemos indicado inicialmente: como Carrera universitaria, Ciencias de la Comunicación, no pueden deshacerse de la INVESTIGACION y de sus diferentes METODOS para alcanzarla.

IV.6.3.2. Como Carrera de Comunicación, que manejan cambios de conducta mediante la formación y la recopilación de la Opinión Pública; que manejan información para la estructura de los diferentes mensajes; que manejan los Medios de acuerdo a los distintos estratos sociales; en fin, que manejan los diferentes PUBLICOS, es imprescindible en estas Carreras LA INVESTIGACION.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-12-

- IV.6.3.3. De ahí que, en el CURRÍCULUM actual, se le haya dado la importancia que requiere: impartirse diariamente, o sea cinco horas a la semana, de lunes a viernes; por lo menos, ya que se imparte en un solo Semestre.
- IV.6.4. REDACCION.- Los licenciados en Ciencias de la Comunicación, al comunicar, manejan la expresión de las ideas cargadas de afectividad personal. Esta expresión puede ser oral, escrita o graficada mediante diseños.
- IV.6.4.1. El Comunicador Social elabora estructuras de mensajes orales y escritos. Es Comunicador nato. Lo que comunica, lo comunica hablando o escribiéndolo. Lo que se habla o se escribe o se visualiza mediante diseños, es para que se escuche, o se lea, o se comprenda: si no hay entendimiento, no hay comunicación. Estos licenciados son los profesionistas de la expresión para la comunicación efectiva.
- IV.6.4.2. Por eso tienen que saber REDACTAR; es decir, por eso tiene que saber manejar bien su lenguaje escrito: GRAMATICALMENTE, SINTACTICAMENTE, conociendo inclusive LA MORFOLOGIA de las oraciones, frases y textos: EL DISCURSO. Tiene que saber expresar sus ideas y afectividades en una forma correcta. LA REDACCION es uno de los canales importantísimos en manos de los especialistas de la Comunicación.
- IV.6.4.3. Esto le da la importancia, sin más, a la materia de TALLER DE REDACCION. Y no podemos resolver esta importancia en un solo Semestre, y menos impartiendo la materia cada tercer día. Por tanto, de acuerdo al CURRÍCULUM establecido en un I Semestre, y sólo en él, por lo menos debe impartirse una hora diaria, de lunes a viernes. Así está establecida la materia actualmente.
- IV.6.5. LITERATURA Y GUIONISMO.- Además, el TALLER DE REDACCION es puntal para otras asignaturas similares: LITERATURA Y GUIONISMO.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-13-

- IV.6.5.1. Este estudiante tiene que escribir de acuerdo a los grandes Maestros de la Literatura, de acuerdo a Aquellos que se han significado por la impecabilidad en sus escritos, de acuerdo a sus experiencias, de acuerdo a sus disciplinas.
- IV.6.5.2. Este profesionista, al conocer las normas, podrá imitar a estos grandes Autores, o los adaptará, o sólo seguirá sus grandes líneas en la búsqueda de su propio estilo, de su propia personalidad como escritor.
- IV.6.5.3. Esta es la importancia de la LITERATURA: universal, española, latinoamericana y mexicana. Así se podrá escribir correctamente y en forma literaria, bella.
- IV.6.5.4. Ya estamos listos para escribir en forma correcta y en forma literaria. Y como vamos a escribir para Radio, Publicidad, Cine, Televisión, Audiovisuales y Multimedia, tenemos que lograr la adquisición de normas especiales para ello. Esto nos lo proporciona GUIÓNISMO: la guía indispensable para la estructura de los mensajes considerando la naturaleza propia del medio a utilizarse. Esta materia la impartimos en un III Semestre, para continuar lógicamente y pedagógicamente la línea en función de su necesidad en EL PLAN DE ESTUDIOS.
- IV.6.6. DISEÑO GRAFICO.-- Lo que es la palabra oral y la misma estructura en forma escrita, le significa igual el DISEÑO GRAFICO a la Comunicación Gráfica, visual: punto, línea, masa, espacio, color, equilibrio, tensión, etc. Cumplimos bien un programa en un solo Semestre y con tres horas a la semana. La impartimos en un II Semestre, porque al mismo tiempo estamos impartiendo el curso de FOTOGRAFIA BLANCO Y NEGRO (Teoría de la técnica y su práctica); al mismo momento curricular se le están impartiendo las bases del diseño para comprender en FOTOGRAFIA A COLOR en el III Semestre.
- IV.6.7. LOCUCION.-- Al emitir nuestros mensajes, no sólo lo hacemos por escrito o gráficamente, sino también en forma oral. Hemos enunciado que somos los profesionistas de la expresión para la comunicación efectiva y afecti



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-14-

va. Comunicamos oralmente a través de la Radio, la Publicidad, el Cine, la Televisión, Audiovisuales y Multimedia. Por eso requerimos de la LOCUCION con sus especificaciones.

IV.6.7.1. Formando un conjunto homogéneo con Redacción, Literatura y Guionismo está la materia de LOCUCION. Asignatura tan importante como el manejo de la escritura. Esta importancia se acrecienta cuando consideramos que las dos Especialidades manejan los Medios masivos de Comunicación con un porcentaje elevado auditivo.

IV.6.7.2. Tenemos que comunicarnos oralmente, pero tenemos que hacerlo de manera profesional. Somos los Profesionales de ello; debemos manejar la técnica específica. Técnica que inclusive está reglamentada por algunas Secretarías de Estado. (La expedición del certificado respectivo lo hace la Secretaría de Educación Pública, a través del Departamento Jurídico de Radio y Televisión de la Dirección General de Materiales Didácticos y Culturales).

IV.6.7.3. Esta técnica de la LOCUCION, en su programa específico de la Universidad del Noreste, contempla el desarrollo de la personalidad hasta el grado de señalar posiciones adecuadas corporales ante grupos diversos de personas, y ante un Medio de comunicación concreto. Todo ello absolutamente importante en el desempeño del profesionista de los Medios de Comunicación Social.

IV.6.8. MUSICA.- El Taller de Redacción prepara para la elaboración profesional del discurso en textos, conforme a los lineamientos literarios, expresados tal vez hasta en un guión.

IV.6.8.1. Este texto así elaborado presenta una sonoridad en su enunciación, en su fraseo, a través inclusive de cada palabra utilizada exprofeso.

IV.6.8.2. Esta sonoridad nos está exigiendo, en un momento dado, un apoyo musical sincronizado. De ahí la importancia de un conocimiento, general pero básico, de los distintos géneros musicales que nos permita "musicalizar" nuestros textos profesionalmente.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-15-

V.- PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

V.1. Este PLAN contempla, diciéndole en forma general, las teorías de la Información y de la Comunicación en sus diferentes Facetas. No son todas, pero creemos que son las más importantes en este momento y para nosotros aquí.

El propósito de estos estudios es el de profundizar en el conocimiento y vivencia de la comunicación colectiva e interpersonal a través del análisis de las diferentes corrientes que estudian este fenómeno. Se ahondará en los conceptos matrices (público, emisor, mensaje, medio, interferencias) del proceso de la comunicación, destacando los aspectos económicos, políticos y sociales que condicionan a la comunicación colectiva y a la comunicación de persona a persona en roles administrativos particulares, considerando los atributos de la información en las organizaciones.

V.2. Este PLAN contempla, asimismo, la perspectiva de iniciarse en el conocimiento y vivencia de la comunicación a través del análisis de los Medios de Comunicación. Debemos determinar también la relación entre las distintas teorías y la formulación de los procesos de comunicación en los distintos medios.

V.3. Este PLAN avoca al profesionista de los Medios de Comunicación Social a un estudio y análisis de la Prensa, la Radio y la Publicidad desde sus características importantes como emisores de mensajes, así como al estudio de sus particularidades técnicas de presentación, distribución y suministro de información al receptor.

V.4. Este PLAN compromete al Comunicador, mediante una serie de ejercicios prácticos, a capacitarse en la comprensión y el manejo de distintos medios y métodos técnicos en la aplicación especial de la imagen, fija y móvil: expresión en un lenguaje cinematográfico y televisivo, que da pie a la técnica modernísima del audiovisual y multimedia.

V.5. "El problema de la Comunicación que se iniciará con la imprenta revolucionando el concepto tradicional de la Edad Media, ha cumplido, en cuanto al instrumental creado por el hombre, una función que ahora se convierte en una magna y monumental tarea".

(R. Vallejo).



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

-16-

"Por tanto, un comunicador es un profesionista en la elaboración y emisión de mensajes, así como en la teoría y en los métodos de la comunicación de masas. Es un experto en realizar entrevistas, en la organización de diarios y revistas. Es un especialista en un tipo de noticias o información periodísticas, así como en los medios de información audiovisual, y en todas las actividades - propias de la publicidad, propaganda y en las relaciones públicas".

"Este profesionista es apto para desempeñar cargos de coordinación en empresas radiofónicas, de televisión, prensa y cinematografía, compañías de publicidad, agencias de información nacional e internacional y en las organizaciones del sector público y privado" (Folleto de promoción UNE).

V.6. Conforme a lo anterior, establecemos el siguiente PLAN de Especialización:

V.6.1. AREA DE COMUNICACION:

- Comunicación de masas (V Semestre)
- Comunicación de Innovaciones (VI Semestre)
- Comunicación Educativa (VII Semestre)
- Comunicación en las Organizaciones (VIII Semestre)

V.6.2. AREA TEORICA Y TECNICA:

- Cine (V Semestre)
- Tipografía (V Semestre)
- Televisión Teo.-I (VI Semestre)
- Televisión Teo.-II (VII Semestre)
- Audiovisuales-Multimedia (VII Semestre)

V.6.3. AREA PRACTICA O DE TALLERES:

- Radio (V Semestre)
- Cine (VI Semestre)
- Prensa (VI Semestre)
- Televisión Práct.- I (VII Semestre)
- Televisión Práct.- II (VIII Semestre)
- Publicidad (VIII Semestre)
- Audiovisuales-Multimedia (VIII Semestre)

v.6.4. AREA ADMINISTRATIVA:

- Investigación de mercados (V Semestre)
- Introducción a la Publicidad (V Semestre)
- Opinión Pública (VI Semestre)
- Publicidad I (VI Semestre)



CCC
AI
0157

DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES
(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

TAMPICO, TAM.

1. DATOS PERSONALES

a 30 de Septiembre de 1982

NOMBRE VILLASANA MARTINEZ MARTHA
APELLIDO PATERNO MATERNO NOMBRE (S)

EDAD 24 años SEXO R M
AÑOS CUMPLIDOS

ESTADO CIVIL Soltera

FECHA DE NACIMIENTO 15 Octubre 1957
DIA MES AÑO

LUGAR Tampico, Tamaulipas

DOMICILIO PARTICULAR E. Azcárraga # 101 Col. Campbell

TELEFONOS:
 DOMICILIO 2-16-63
 OFICINA _____

Martina Villasana
 FIRMA

* Llenar a máquina o con letra de molde y onexar documentos que lo acrediten.

IV. TRABAJOS DESEMPEÑADOS.- COMENZAR POR EL ULTIMO.

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

INSTITUCION / EMPRESA Domicilio y teléfono	PUESTO	ACTIVIDADES	FECHA (mes y año)	
			INGRESO	RETIRO
TELEVISORA DEL GOLFO (C.A. 117) Carretera Tulum C.A. Campeche	Colaborador	Programas Emisoristas Culturales	Agosto 75	Junio 75
Unidad Educativa DEL NOROCCIDENTE Prof. Cár. Hidalgo Km. 137 Tel. 5-58-31	Director	Proyectos y Realizaciones Públicas	Septiembre 85	

V. PARTICIPACION EN EVENTOS PROFESIONALES. (Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

DESCRIPCION DEL EVENTO (Especifique: asistente, ponente u organizador)	DURACION	FECHA (mes y año)	LUGAR
Organizador IV Simposio	3 dias	Junio 83	Tampico
" V Simposio	3 dias	Junio 84	Tampico
" VI Simposio	3 dias	Junio 85	Tampico



UNIVERSIDAD DEL NOROESTE

DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES

(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

TAMPICO, TAM.

1. DATOS PERSONALES

a _____ de _____ de 19 _____

NOMBRE	<u>Echazarrita</u>	<u>Montano</u>	<u>Ma del Rosario</u>
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	<u>24 años</u>	SEXO	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	<u>Soltera</u>		
FECHA DE NACIMIENTO	<u>17</u>	<u>Abril</u>	<u>1960</u>
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	<u>Tampico, Tamaulipas</u>		
DOMICILIO PARTICULAR	<u>Casa del Oro 103</u>		
	<u>Col. Tomas de Morales</u>		
TELEFONOS:	<u>3-59-81</u>		
DOMICILIO	_____		
OFICINA	_____		
	<u>Remy</u>		
	FIRMA		

* Llenar a máquina o con letra de molde y anexar documentos que lo acrediten.

VII. ACTIVIDADES, ACADEMICAS (DOCENCIA Y/O INVESTIGACION)

INSTITUCION Y PUESTO	ACTIVIDADES		FECHA (mes y año)	
	DOCENCIA (materias)	INVESTIGACION (campo)	INGRESO	RETIRO

VII. SOCIEDADES Y/O ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECE

"Colegio de Comunicación". Tampico, Tamaulipas

VIII. PUBLICACIONES



DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES
 (Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE

1. DATOS PERSONALES

TAMPICO, TAM.

a 20 de Marzo de 1985

NOMBRE	<u>Martinez</u>	<u>Garcia</u>	<u>Bernardo</u>
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	<u>22 años</u>	SEXO	<input type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	<u>Soltero</u>		
FECHA DE NACIMIENTO	<u>20</u>	<u>Febrero</u>	<u>1963</u>
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	<u>Tampico, Tamaulipas</u>		
DOMICILIO PARTICULAR	<u>Ignacio M. Altamirano # 404 "A" Sur</u> <u>Colonia Ricardo Flores Magón</u>		
TELEFONOS:			
DOMICILIO	<u>5-53-91</u>		
OFICINA			
	<u>[Firma]</u>		
	FIRMA		

* Llenar o máquina o con letra de molde y anexar documentos que lo acrediten.

IV. TRABAJOS DESEMPEÑADOS.- COMENZAR POR EL ULTIMO.

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

INSTITUCION / EMPRESA Domicilio y teléfono	PUESTO	ACTIVIDADES	FECHA (mes y año)	
			INGRESO	RETIRO
Universidad Autónoma de Tlaxcala	Maestro Adjunto	Docencia	Febrero 1985	

V. PARTICIPACION EN EVENTOS PROFESIONALES. (Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

(Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)

DESCRIPCION DEL EVENTO (Especifique: asistente, ponente u organizador)	DURACION	FECHA (mes y año)	LUGAR
2 ^{do} Análisis Audiovisual de Problemas de la Comunidad (Concursante)	3 días	Junio, 1983	1 ^{er} Lugar. Audiovisual sobre el Penal de Andahuayal ¿Regeneración ó Degeneración?
Icoquilh 84' Reynosa (Concursante)	3 días	Abril, 1984	2 ^{do} Lugar. Producción Audiovisual. "Van a Nacer los Niños" (Concursante y organizador)
V Simposio de Comunicación (Comandante Equipo TV-UNE)	3 días	Junio, 1984	
VI Curso de Medicina Perinatal (Comandante Equipo TV-UNE)	3 días	Noviembre 1984	



UNIVERSIDAD DEL NOROESTE

DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES

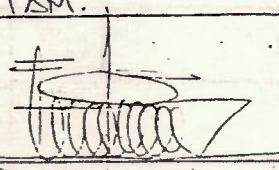
(Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

TAMPICO, TAM.

1. DATOS PERSONALES

a _____ de _____ de 19__

NOMBRE	<u>MASCORRO</u>	<u>GOMEZ</u>	<u>EDMONDO</u>
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	<u>26</u>	SEXO	<input type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	<u>CASADO</u>		
FECHA DE NACIMIENTO	<u>26</u>	<u>ABRIL</u>	<u>1957</u>
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	<u>TAMPICO TAMAULIPAS</u>		
DOMICILIO PARTICULAR	<u>CALLE TAMPICO 813</u>		
	<u>COL GUADALUPE TAMPICO TAM.</u>		
TELEFONOS:			
DOMICILIO			
OFICINA			
			
	FIRMA		

* Llenar a máquina o con letra de molde y anexar documentos que lo acrediten.

IV. TRABAJOS DE EMPENADOS.- COMENZAR POR EL ULTIMO.

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

INSTITUCION / EMPRESA Domicilio y teléfono	PUESTO	ACTIVIDADES	FECHA (mes y año)	
			INGRESO	RETIRO
QBI DIRECCION GENERAL DE OBRAS PUBLICAS DE CD. MADRID	DIBUJANTE	DESIGNOS, PLANOS OFICIALES,	FEBRERO 78	NOVIEMBRE 78
CONSTRUCTORA INDUSTRIAL CONSTRUYENDO CD. MADRID	DIBUJANTE PROYECTISTA ENCARG. DE OBRAS	PROYECTOS DE CASAS HABITACION Y RE- MODELACION		
IMSS DEPTO DE AUDITORIA EN EL MODULO DE LA CONSTRUCCION	AUDITOR	AUDITORIAS A LAS CONSTRUCCIONES Y AVALUOS	ABR. 82	FEB. 83
SERVICIOS PUBLICOS DEL MUNICIPIO DE TAMPICO	PROYECTISTA		FEB. 83	Jul. 83

V. PARTICIPACION EN EVENTOS PROFESIONALES. (Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

DESCRIPCION DEL EVENTO (Especificue: asistente, ponente u organizador)	DURACION	FECHA (mes y año)	LUGAR



DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES
 (Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

1. DATOS PERSONALES

TAMPICO, TAM.

a 20 de OCTUBRE de 1983

NOMBRE	MEZA	MACIAS	ANA PATRICIA
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	25 años	SEXO	<input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	SOLTERA		
FECHA DE NACIMIENTO	26	agosto	1958
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	TAMPICO TAMPS.		
DOMICILIO PARTICULAR	LOMA DE ORO # 102		
	COL. LOMAS DE ROSALES		
TELEFONOS:			
DOMICILIO	3-17-54		
OFICINA	2-62-35		
	FIRMA		

* Llenar a máquina o con letra de molde y anexar documentos que lo acrediten.

IV. TRABAJOS DE EMPENADOS.- COMENZAR POR EL ULTIMO.

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

INSTITUCION / EMPRESA Domicilio y teléfono	PUESTO	ACTIVIDADES	FECHA (mes y año)	
			INGRESO	RETIRO
REFACCIONES Y ACCESORIOS RICO S.A.	ADMINISTRATIVO Y AUX. DE CONTABILIDAD		AGOSTO 1977	
SECRETARIA DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA	AREA DE COM.	ESTUDIO SOCIOLIN- GUISTICO	Jun 80'	Agosto 80'
UNIVERSIDAD DEL NORESTE	MAESTRA		Sept 83'	

V. PARTICIPACION EN EVENTOS PROFESIONALES. (Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)
(En caso necesario utilice hojas adicionales)

DESCRIPCION DEL EVENTO (Especificue: asistente, ponente u organizador)	DURACION	FECHA (mes y año)	LUGAR
CONSIMPOSTO INTERNACIONAL DE COMUNICACION	4 días	Febrero 1981 v.	MONTERREY N.L.



DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES
 (Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

TAMPICO, TAM.

a 10 de Noviembre de 1983.

1. DATOS PERSONALES

NOMBRE	<u>Olguín</u>	<u>Chirinos</u>	<u>Marisela</u>
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	<u>33</u>	SEXO	<input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	<u>Soltera</u>		
FECHA DE NACIMIENTO	<u>18</u>	<u>Junio</u>	<u>1950</u>
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	<u>Pánuco, Ver.</u>		
DOMICILIO PARTICULAR	<u>La Cañada 97-5, Lomas del Chairel,</u>		
	<u>Tampico, Tamps.</u>		
TELEFONOS:			
DOMICILIO	<u>3-85-30</u>		
OFICINA	<u>3-58-31</u>	<u>Ext. 44</u>	<u>M. Olguín Ch.</u>
			(FIRMA)

* Llenar a máquina o con letra de molde y anexas documentos que lo acrediten.

IV. TRABAJOS DESEMPEÑADOS.- COMENZAR POR EL ULTIMO.

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

INSTITUCION / EMPRESA Domicilio y teléfono	PUESTO	ACTIVIDADES	FECHA (mes y año)	
			INGRESO	RETIRO
Esc.C.de la Com. Une	Directora	Académicos y Admini	Oct. 1980	
Rev.Argot Periodístico	Directora	Dirigir y Redactar	Enero 1981	Abril 1982
Revista Tip's	Redactora	Red.de Noticias	Enero 1980	Dic. 1980
Periódico El Mundo	Reportera	Redacción de Noti- cias y Entrevistas	Oct. 1977	Junio 1980
Periód.El Sol de Tampico	Reportera	Red.de Entrev.y Not.	Abril 1976	Sept. 1977
Periódico "EL Mundo"	Reportera		Feb. 1973	Marzo 1976
Canal 2 de T. V. Veracruz	Reportera	Buscar y Redacción de Noticias.	Enero 1970	Enero 1972

V. PARTICIPACION EN EVENTOS PROFESIONALES. (Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

DESCRIPCION DEL EVENTO (Especificue: asistente, ponente u organizador)	DURACION	FECHA (mes y año)	LUGAR
I Congreso de Escolaridad y Ejercicio Profesional - del Periodismo Plan de Est. Esc. de Comunicación.	3 Días	Oct.1981	México, D. F.
II Congreso de Escolaridad y Ejercicio Profesional del Periodismo. Ponencia Un Tronco Común en la Carrera de Com.	3 Días	Julio 1982	México, D. F.



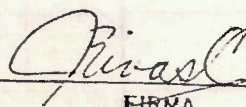
DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES
 (Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

1. DATOS PERSONALES

TAMPICO, TAM.

a 30 de Septiembre de 1982

NOMBRE	<u>Rivas</u>	<u>Castelán</u>	<u>Juana</u>
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	<u>27 años</u>	SEXO	<input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	<u>Soltera</u>		
FECHA DE NACIMIENTO	<u>26</u>	<u>Marzo</u>	<u>1955</u>
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	<u>Tampico, Tamps.</u>		
DOMICILIO PARTICULAR	<u>Loma Blanca # 102 Col. Lomas de Rosales</u>		
TELEFONOS:			
DOMICILIO	<u>3-49-65</u>		
OFICINA			
	 FIRMA		

* Llenar a máquina o con letra de molde y anexar documentos que lo acrediten.

IV. TRABAJOS DESEMPEÑADOS.- COMENZAR POR EL ULTIMO.

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

INSTITUCION / EMPRESA Domicilio y teléfono	PUESTO	ACTIVIDADES	FECHA (mes y año)	
			INGRESO	RETIRO

V. PARTICIPACION EN EVENTOS PROFESIONALES. (Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)
 (En caso necesario utilice hojas adicionales)

DESCRIPCION DEL EVENTO (Especifique: asistente, ponente u organizador)	DURACION	FECHA (mes y año)	LUGAR



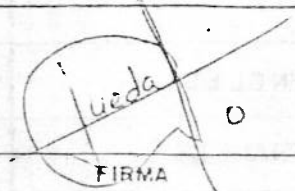
DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES
 (Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

TAMPICO, TAM.

1. DATOS PERSONALES

a 27 de SEPTIEMBRE de 1982

NOMBRE	<u>RUEDA</u>	<u>CATAÑO</u>	MA: <u>CRISTINA GABRIELA</u>
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	<u>27 AÑOS</u>	SEXO	<input checked="" type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	<u>SOLTERA (despues del 30 de octubre, CASADA)</u>		
FECHA DE NACIMIENTO	<u>17</u>	<u>AGOSTO</u>	<u>1955</u>
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	<u>MEXICO, D:F:</u>		
DOMICILIO PARTICULAR	<u>ROSA 101 COL. FLORES (despues del 30 de octubre, OLMO 230 - 2 COL. ALTAVISTA)</u>		
TELEFONOS:			
DOMICILIO	<u>3-35-54</u>		
OFICINA	<u>3.58-31 ext. 21</u>		
	 FIRMA		

* Leer a máquina o con letra de molde y anexar documentos que lo acrediten.

VI. ACTIVIDADES, CADEMICAS Y EXPERIENCIA DE INVESTIGACION

INSTITUCION Y PUESTO	ACTIVIDADES		FECHA (mes y año)	
	DOCENCIA (materias)	INVESTIGACION (campo)	INGRESO	RETIRO
Maestra Instituto Anglo Mexicano	Inglés	-	1976	1981
Maestra Alianza Francesa de Tampico	Frances	-	1976	1979
Estudiante y Maestra Instituto de Ciencia y tecnología Francesa en Quebec, Canada	6 meses Frances	6 meses Estudiante	1975	1976
Maestra Universidad del Noreste	Frances y español		1981- a la fecha	

VII. SOCIEDADES Y/O ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECE

Miembro de la MEXICAN ASSOCIATION OF TEACHERS OF ENGLISH TO SPEAKERS OF OTHER LANGUAGES (MEXTESOL)
(Mexico)

SOCIÉTÉ DE L'ENSEIGNEMENT DE LA LANGUE FRANCAIS
(Quebec, Canada)

AGROUPLICATION D'INSTRUCTEURS DE LA LANGUE ET CIVILISATION FRANCAISES:
(Alianza Francesa de Mexico)

VIII. PUBLICACIONES

Solo 5 articulos sobre decoración en la revista "Decoración"

"Decoración en movimiento"

"150 vasos y un Pegamento"

"El Arbol del Futuro"

"Spicy Oranges"

"Lo Original es lo que Cuenta"



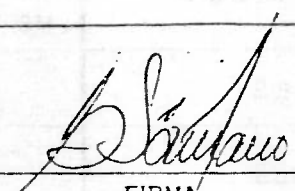
DIRECCION GENERAL DE SERVICIOS ESCOLARES
 (Autorización Gobierno del Estado Decreto 359 de Diciembre 14 de 1977)

CURRICULUM VITAE*

TAMPICO, TAM.

a 24 de Octubre de 1983

1. DATOS PERSONALES

NOMBRE	<u>SAMANO</u>	<u>FAJARDO</u>	<u>LUIS GERARDO LIC.</u>
	APELLIDO PATERNO	MATERNO	NOMBRE (S)
EDAD	<u>22</u>	SEXO	<input type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/> M
	AÑOS CUMPLIDOS		
ESTADO CIVIL	<u>SOLTERO</u>		
FECHA DE NACIMIENTO	<u>11</u>	<u>ENERO</u>	<u>1961</u>
	DIA	MES	AÑO
LUGAR	<u>CD. DE MEXICO</u>		<u>D.F.</u>
DOMICILIO PARTICULAR	<u>AV. "A" 111A FRACCIONAMIENTO UNIVERSIDAD</u>		
	<u>TAMPICO, TAM.</u>		
TELEFONOS:			
DOMICILIO			
OFICINA	<u>3-60-48</u>	 FIRMA	

* Llenar o máquina o con letra de molde y anexar documentos que lo acreditan.

IV. TRABAJOS DESEMPEÑADOS.- COMENZAR POR EL ULTIMO.

(En caso necesario utilice hojas adicionales)

INSTITUCION / EMPRESA Domicilio y teléfono	PUESTO	ACTIVIDADES	FECHA (mes y año)	
			INGRESO	RETIRO
CENTRO DE AUDIOVISION GUADALAJARA 206 3-60-48	PRODUCTOR EJECUTIVO	PRODUCCION AUDIO- VISUAL.	JUN 83	

V. PARTICIPACION EN EVENTOS PROFESIONALES. (Congresos, seminarios, sesiones de sociedades, etc)
(En caso necesario utilice hojas adicionales)

DESCRIPCION DEL EVENTO (Especificque: asistente, ponente u organizador)	DURACION	FECHA (mes y año)	LUGAR
V SIMPOSIO INTERNACIONAL DE COMUNICACION (ASISTENTE)	17,18 y 19	NOV. 1981	ITESM MONTERREY N.L.
I, II, III, IV SIMPOSIO DE COMUNICACION (ORG.)	TRES DIAS A UNA SEMANA	FEBRERO 80,81,82	UNE TAMPICO, TAM. 83
(ORG.) 1er. CICLO DE CONFERENCIAS SOBRE PSICOLOGIA APLICADA	3 DIAS	MAYO 1980	UNE TAMPICO, TAM
CURSO SOBRE: EL HOMBRE FRENTE AL DESARROLLO LABORAL DE LA MUJER	20 HORAS	JUNIO 1981	IMP TAMPICO, TAM

C U R R I C U L U M V I T A E

NOMBRE: GILIT MUTIS RUPEN

FECHA DE NACIMIENTO: 15 DE JUNIO DE 1944

LUGAR: MEXICO, D. F.

REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES OIPP-440615

1.- FORMACION:

1.1 ESTUDIOS PROFESIONALES.

GRADO	INSTITUCION	AREA O ESPECIALIDAD	FECHAS DE... A...
BACHILLERATO	PREPARATORIA No. 2 UNAM	UNICO	1960-
LICENCIATURA	CIENCIAS POL. Y SOC. UNAM	PERICLISMO	1964-

FECHA DE EXAMEN PROFESIONAL (y distinción si la hubo) 8 DE FEBRERO DE 1967

TITULO DE LICENCIADO EN: PERICLISMO

NUMERO DE CEDULA PROFESIONAL: 409457

1.2 ESTUDIOS DE POSTGRADO:

GRADO	INSTITUCION	ESPECIALIDAD	FECHAS DE... A...	PORCENTAJE CURSADO
MAESTRIA				
DOCTORADO				

FECHA DE EXAMEN PROFESIONAL (y distinción si la hubo) _____

TITULO DE LICENCIADO EN: _____

NUMERO DE CEDULA PROFESIONAL: _____

1.3 CURSOS DE DIDACTICA:

CURSO	FECHAS DE... A...	INSTITUCION	NUM. DE HORAS
ACTUALIZACION DIDACTICA	ENERO-FEB. 1979	ENEP-ACATLAN	24 HORAS
TIPOS DE JUEGOS VIVENCIALES	23 AL 25 DE ENERO DE 1975	INST. DE ESPECIALIZACION PARA EJECUTIVOS	15 HORAS
CAPACITACION Y DE- SARROLLO DE PERSONAL	11 AL 13 DE OCTUBRE DE 1979	INST. DE ADMON. CIEN- TIFICA DE LAS EMPRE- SAS.	20 HORAS

1.4 CURSOS DE ACTUALIZACION Y/O ESPECIALIZACION:

CURSO	FECHAS DE... A...	INSTITUCION	TIPO DE CURSO (indique con X) Actualización Especialización
SEMIOTICA	DEL 9 AL 18 DE MARZO DE 1981 (20 HRS.)	ENEP-ACATLAN	ACTUALIZACION

1.5 IDIOMAS:

IDIOMA	CONOCIMIENTOS ELEMENTALES	TRADUCE	TRADUCE Y HABLA	TRADUCE Y ESCRIBE	TRADUCE HABL. Y ESCRIBE
INGLES		X			
FRANCIS					

DISTINCIONES CIENTÍFICAS O PROFESIONALES: (becas, diplomas, condecoraciones, honorarios, etc.)

INSTITUCION	DISTINCION	PAIS	FECHA

2. DOCENCIA:

2.1 ASIGNATURAS IMPARTIDAS EN LA U.N.A.M.
(indíquelas en orden cronológico)

ASIGNATURAS	CATEGORIA	ESCUELA O FACULTAD	CARRERA	FECHAS DL...A...
VFR ANEXO 1				

2.2 INDIQUE SI ES PROFESOR DEFINITIVO EN UNA O MAS MATERIAS:

SI X CUALES REDACCION E INVESTIGACION DOCUMENTAL

REDACCION PERIODISTICA II (ENTREVISTA)

NO _____

SI ES DEFINITIVO, INDIQUE:

a) CUALES FUERON POR EXAMEN DE OPOSICION ABIERTO DE ASIGNATURA

Asignatura, Titular, Ayudante.

REDACCION E INVESTIGACION DOCUMENTAL, REDACCION PERIODISTICA II (ENTREVISTA).

PROFESOR DE CARRERA ASOCIADO NIVEL 4, AREA DE REDACCION.

b) CUALES POR CONCURSO DE MERITOS _____

FECHA(S) DE LA(S) DEFINITIVIDAD(ES) 19 DE MARZO DE 1979

19 DE MARZO DE 1979

17 DE NOVIEMBRE DE 1981

2.3 CURSOS IMPARTIDOS EN OTRAS INSTITUCIONES:

CURSOS O ASIGNATURAS	INSTITUCION	DURACION DEL CURSO (ANUAL, SEMESTRAL, TRIMESTRAL, ETC)	FECHA DE...
REDACCION	CONACYT	BIMESTRAL	NOV-1979 DE 1981

2.4 INDIQUE EN ORDEN CRONOLOGICO, LAS CATEGORIAS QUE HA OCUPADO COMO PROFESOR DE CARRERA

CATEGORIA Y NIVEL (ASOCIADO O TITULAR A,B,C)	TIEMPO COMPLETO MEDIO TIEMPO	FECHA DE PROMOCION	INSTITUCION
PROFESOR DE CARRERA ASOCIADO "A"	MEDIO TIEMPO	10. ENE. 1976	ENEF-ACATLAN
PROFESOR DE CARRERA ASOCIADO "A"	TIEMPO COMPLETO	10. JULIO 1975	ENEF-ACATLAN

2.5 DIRECCION DE TESIS:

TITULO DE LA TESIS	AREA	GRADO	FECHAS DE... A...
VER ANEXO 2			

2.6 PARTICIPACION COMO JURADO EN EXAMENES PROFESIONALES:

CUANTOS: SEIS

INSTITUCION(ES): FAC.CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES(DIC.1976, SEPT. 1978 y - ABRIL 1979) ENEP-ACATLAN (MARZO 1980, SEPT. 1980, FEBRERO DE 1982).

2.7 PARTICIPACION COMO JURADO EN CONCURSOS DE OPOSICION:

CUANTOS: _____

INSTITUCION(ES) _____

2.8 ELABORACION DE MATERIAL DIDACTICO:

- a) MANUALES Y/O LIBROS DE TEXTO "MANUAL DE EJERCICIOS DE REDACCION Y INVESTIGACION DOCUMENTAL", ED. DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES DE LA ENEP-ACATLAN.
- b) FILMES _____
- c) DIAPOSITIVAS Y/O GRABACIONES _____
- d) PRACTICAS _____

2.9 ASESORIAS ACADEMICAS:

DIRECCION, DIVISION, DEPARTAMENTO, FORMACION DOCENTE, COMISIONES ESPECIALES, ETC.	INSTITUCION	TIPO DE ASESORIA

3. DIFUSION:

3.1 LIBROS:

TITULO	FECHA DE PUBLICACION	EDITORIAL	LUGAR

3.2 ENSAYOS

TITULO	FECHA DE PUBLICACION	EDITORIAL	LUGAR

3.5 ARTICULOS

TITULO	REVISTA O PERIODICO	FECHA DE PUBLICACION	No. DE PAGS.
CONSERVEMOS LIMPIA NUESTRA CIUDAD	MEXICO EN GUARDIA	ABRIL 1967	UNA
EL PROBLEMA DEL - TRANSPORTE URBANO	MEXICO EN GUARDIA	MAYO 1967	UNA
UN ASPECTO DE LA DELINCUENCIA JUVENIL	MEXICO EN GUARDIA	JUNIO 1967	UNA
¿HASTA CUANDO REDIMIRAN A LOS ESTUDIANTES...?	MEXICO EN GUARDIA	SEPTIEMBRE 1967	UNA
COMPETIDORES OLIMPICOS MEXICANOS	HEROES OLIMPICOS (ED. ROVARO)	SEPTIEMBRE 1968	15

3.4 RESEÑAS BIBLIOGRAFICAS:

LIBRO (TITULO Y AUTOR)	REVISTA	FECHA

3.5 TRADUCCIONES:

TITULO Y AUTOR	IDIOMAS	EDITORIAL O REVISTA DONDE SE PUBLICO	No. DE PAGS.

4. INVESTIGACION:

4.1 NOMBRAMIENTOS COMO INVESTIGADOR (En la U.N.A.M. u otras Instituciones)

I N S T I T U C I O N	CARGO DESEMPEÑADO	FECHAS DE... A...

4.2 INDIQUE EN ORDEN CRONOLOGICO (Aportando todos los datos que considere pertinentes).

I N V E S T I G A C I O N	I N S T I T U C I O N	I N D I C E	P U B L I - C A D A	N o. D E P A G I N A S	F E C H A S D E ...

5. SERVICIO ACADÉMICO-ADMINISTRATIVO

5.1 PUESTOS ACADÉMICO-ADMINISTRATIVOS DESEMPEÑADOS.
(En la U.N.A.M. o en otras instituciones)

I N S T I T U C I O N	CARGO DESEMPEÑADO	FECHAS DE...A....
ENEP-ACATLAN	JEFE DE LA SECCION DE PE- RIODISMO	OCT. 1978-DIC. 1979
ENEP-ACATLAN	COORDINADOR DEL PROGRAMA DE COMUNICACION COLECTIVA	18 DE ENERO DE 1981

5.2 PUESTOS HONORARIOS DE ELECCION (Junta de Gobierno, Consejo Universitario, Consejos Técnicos, Consejos Internos o Comisiones Dictaminadoras).

INSTITUCION	CARGO DESEMPEÑADO	FECHAS DE... A...
COMISION DICTAMINADORA DE LA	MIEMBRO	23 DE JULIO DE 1980
DIVISION DE CIENCIAS SOCIO- ECONOMICAS DE LA ENEP-ACATLAN		A AGOSTO DE 1981
CONSEJO TECNICO DE LA ENEP- ACATLAN	CONSEJERO	AGOSTO DE 1981 (CON PERMISO A PARTIR DEL 18 DE ENERO DE 1982)

5.3 COMISIONES DESEMPEÑADAS. (Asociaciones, Colegios, etc.)

INSTITUCION	CARGO DESEMPEÑADO	FECHAS DE... A...
COLEGIO DEL PERSONAL ACA- DEMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES DE LA ENEP- ACATLAN.	VOCAL DE SECCION SECRETARIO	ENE. 1979-DIC. 1979 ENERO 1980 A DIC. DE 1981.

6. EXPERIENCIA PROFESIONAL.

INSTITUCION	CARGO	FECHAS DE... A...	SUELDO
NOVEDADES	AYUDANTE DE REPORTERO	JUNIO 1976 A DIC. DE 1976	-----
MEXICO EN GUARDIA	COLABORADOR	ABRIL A SEPT. DE 1977	\$ 450.00 (POR COLABOR.)
INSTITUTO EVANGELISTICO DE MEXICO	PROFESOR	SEPT. DE 1967 A ENERO DE 1976	\$ 2,000.00
LOGOI, INC. (EDITORIAL DE MIAMI, FLO.)	CORRESPONSAL	ENERO 1968 A DI- CIEMBRE DE 1969	\$1,250.00
CRUZADA MEXICANA EN CADA HO- G.R. A.C.	EDITOR SUBDIRECTOR	ENE. 1969 A ENE. 73	\$3,500.00
CAS METROPOLITANO, S.A.	DIR. DE REL. PUB.	ENE. 73-JUN. 76	\$10,000.00
CAS METROPOLITANO, S.A. Santa Cruz Acatlán, Fdo. de México a 29 de ABRIL de 1982	ASESOR REL. PUB.	JUL. 76-DIC. 81	\$25,000.00

3.1 ASIGNATURAS IMPARTIDAS EN LA UNAM
(Indíquelas en orden cronológico)

ANEXO 1

ASIGNATURAS	CATEGORIA	ESCUELA O FACULTAD	CARRERA	F E C H A S
RELACIONES PUBLICAS	AYUD.PROF. A PROF.ASOC. A	F.C.P. Y S.	PERIODISMO	1974,75,76,77 y 78
RED. E INVEST. DOCUMENTAL	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	TRONCO COMUN SOCIO-- POLITICO	1975,76,77,78 y 79
REDACCION PERIODISTICA II	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1976,77,78, 79 80 y
TEORIA DE LA COMUNICACION COL. I	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1976 y 1979
REDACCION PERIODISTICA I	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1976,77,79, 80 y 81
REDACCION E INV. DOCUMENTAL (CURSO ESPECIAL)	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1976, 78 y 79
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1977 y 81
RELACIONES PUBLICAS	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1977,78, 80 y 81
REDACCION PERIODISTICA III	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1978
REDACCION	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERSONAL DOCENTE	1979, 1980
RED. E INV. DOCUMENTAL (CURSO PROPEDEUTICO A SEM. DE TESIS)	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	DERECHO, REL. INTER., SOCIOLOGIA Y ADMON. PUB.	1980
REDACCION	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PROFESORES DEL CENTRO DE IDIOMAS EXTRANJEROS	1981
SEMINARIO DE TESIS I	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1981, 1982
SEMINARIO DE TESIS II	PROF.ASOC. A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1981
REDACCION PERIODISTICA IV	PROF. ASOC.A	ENEP-ACATLAN	PERIODISMO	1982

DIRECCION DE TESIS:

TITULO DE TESIS	AREA	GRADO	FECHAS DE... A....
PROGRAMA DE RELACIONES PUBLICAS PARA UNA ESCUELA DE COMUNICACION.	PERIODISMO	LICENCIATURA	1976 A 1978
LA COMUNICACION APLICADA AL DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS.	PERIODISMO	LICENCIATURA	1979 A 1980
PAPEL QUE JUEGA LA T.V. EN LA FORMACION DEL INDOLE DEPORTIVO	PERIODISMO	LICENCIATURA	1980
LA PROPAGANDA COMO FACTOR FORMATIVO DE LA OPINION PUBLICA	PERIODISMO	LICENCIATURA	1980
ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DEL MENSAJE TELEVISADO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	PERIODISMO	LICENCIATURA	1981
CAMPANA DE LANZAMIENTO PARA EL FOMENTOTURISTICO DE LAS ZONAS ARQUEOLOGICAS ALEDANAS AL D.F.	PERIODISMO	LICENCIATURA	1981
ESTUDIO SOBRE LA ELABORACION DEL GUION DE UN RADIO REPORTAJE INTERPRETATIVO	PERIODISMO	LICENCIATURA	1982
LA RADIO CULTURAL EN MEXICO COMO FACTOR NECESARIO A LOS PLANES DE DESARROLLO EDUCATIVO, DEMOCRATICO E INTEGRADOR.	PERIODISMO	LICENCIATURA	1982
REORGANIZACION DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACION NACIONAL FINANCIERA, S.A.	PERIODISMO	LICENCIATURA	1982