

U N I V E R S I D A D V E R A C R U Z A N A  
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION.  
ZONA BOCA DEL RIO, VERACRUZ.

DISEÑO CURRICULAR DE LA CARRERA DEL LICENCIADO EN CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION.

ELABORADO POR:

LIC. FIGUEROA BERMUDEZ ROMEO.

LIC. HERNANDEZ HERNANDEZ TITO B.

LIC. MALPICA RIVERA MARCO A.

LIC. MORENO SANCHEZ FERNANDO.

LIC. OJEDA CALLADO MA. DEL ROCIO.

JULIO DE 1993.

COLABORACION ESPECIAL DE:

LIC. JUAREZ RODRIGUEZ ALBERTO.  
LIC. MAR VASQUEZ GUADALUPE.  
LIC. MACIAS AVALOS GERARDO.  
M. BONILLA LOYO ELIZABETH.  
LIC. SALINAS ARELLANO MANUEL.  
SR. HEREDIA MONDRAGON FRANCISCO.  
LIC. BERMAN MARTINEZ ROBERTO A.  
PROFRA.CARRILLO BOGARD TERESA.  
PROFRA.CUESTA BARAJAS ROSARIO.  
LIC. CERDAN DIAZ JOSE LUIS.  
PROF.HUERTA ROSSAINZ ENRIQUE.  
LIC. ESPEJO ROMERO ANA GABIELA.  
LIC. MARTINEZ ROSAS PORFIRIO.  
LIC. SOTO DEL ANGEL JUAN.

ASESORIA:

MTRA. ...  
DIRECCION GENERAL DEL AREA  
ACADEMICA DE HUMANIDADES.  
SECRETARIA ACADEMICA REGIONAL.  
ZONA VERACRUZ.

## I N D I C E.

-	PRESENTACION.....	1
I.-	FUNDAMENTACION.....	1
	1.- Introducción.....	1
	2.- Justificación.....	2
	3.- Marco conceptual de la Comunicación Social.....	11
	3.1.- De sus conceptos.....	11
	3.2.- De la Enseñanza de la Comunicación.....	14
	3.3.- Comparación con otros planes de Estudio.....	18
	3.4.- Necesidades sociolaborales.....	22
II.-	DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS Y TECNICAS.....	24
	DE LA COMUNICACION DE LA U. V.	
III.-	PERFIL PROFESIONAL REQUERIDO.....	26
IV.-	OBJETIVOS CURRICULARES.....	29
V.-	PLAN DE ESTUDIOS.....	31
	1.- Descripción.....	31
	2.- Estructuración.....	31
	2.1.- Eje vertebral.....	31
	2.2.- Ejes Integradores.....	34
	2.3.- Estructura esquemática del Plan de Estudios de acuerdo a Ejes Integradores.....	43
	3.- Practicas Integradoras.....	44
	3.1.- Consideraciones.....	44
	3.2.- Descripción por semestre.....	46
	4.- Proceso Esquemático de estructuración para la continuidad, se- cuencia e integración del Plan de Estudios.....	54
	5.- Mapa curricular.....	55
	6.- Valor en Créditos.....	56
	6.1.- Tabla General de valor en horas/crédito.....	57
	6.2.- Descripción por semestre de horas/crédito.....	58
	7.- Evaluación.....	66
VI.-	DEL INGRESO.....	69
	1.- Perfil del Estudiante.....	69
	2.- Requisitos.....	70
VII.-	Del Servicio Social.....	72

VIII.- PARA TITULACION.....	74
1.- Grado y Titulación.....	74
2.- Examen Profesional.....	75
IX.- PERFIL DEL DOCENTE.....	76
1.- Características.....	76
2.- Actualización.....	77
- ANEXOS.	
*Programas.	
*Estudio de Mercado.	
*Planes de estudio anteriores.	

## P R E S E N T A C I O N .

El "Diseño Curricular de la Carrera del Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación", constituye la conclusión de una serie de intentos por concretar en común acuerdo, autoridades, docentes y alumnos de la FACYTC, un proyecto que unificara y orientara la formación académica del profesional de la comunicación.

La amplitud de espacios que en la práctica diaria, requieren del comunicador social profesional, representaba el principal obstáculo para delimitar el perfil profesional, que en el caso de este proyecto, se convirtió en su principal sustento, al justificar la necesidad de un profesional con mejores niveles de preparación.

Representa el esfuerzo invaluable de los docentes mencionados en el apartado de "elaborado por" y "Colaboración especial de", quienes con un interés genuinamente académico, donaron su tiempo, sus experiencias, sus conocimientos, sus esperanzas, expectativas e ideas, en aras de cohesionar la calidad, identidad y pertinencia en la formación del comunicador social.

## I.- FUNDAMENTACION

### 1.- INTRODUCCION.

Para fundamentar los cambios que requiere la enseñanza de la comunicación, se recurrirá a una serie de consideraciones como son: el mismo concepto de la educación, los principios curriculares que guían el -- proceso de planeación sistemática hacia fines específicos, los ajustes que ha observado el plan de estudios de la carrera de la licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana, - el objeto de estudio de la carrera, su compromiso social y las necesidades detectadas a través de un estu-- dio efectuado a estudiantes, egresados en ejercicio y a empleadores.

Mediante estos elementos se aclara, argumenta y plasma por escrito, la situación que guarda actual- mente la comunicación como práctica profesional, frente a los requerimientos de los medios de producción, a las necesidades sociales, a su compromiso con la ciencia y al desarrollo de su propio objeto de estudio.

Estos señalamientos son la base para plantear un proyecto académico unificado que guíe la enseñanza de la comunicación en la Universidad Veracruzana y centre hacia fines comunes las acciones educativas.

## 2.- JUSTIFICACION.

En primer lugar es necesario aclarar el concepto de educación que ha de orientar la formación del profesional de la comunicación, con este fin se ha concebido a la educación, como un proceso de formación intelectual y afectiva, que adopta las conquistas científicas acumuladas, esa acción formativa implica autorreflexión y conocimiento de la realidad, conciencia social e histórica. Este hecho es un fenómeno social que debe responder a los intereses y necesidades de la sociedad en que está inmersa, debiendo ser crítica y transformadora de la realidad a la vez que promueva el desarrollo de las capacidades del individuo.

Desde esta perspectiva se reafirma al hombre como sujeto histórico y social, productor de cultura. -- por lo que la educación como producto cultural es dinámica, temporal y trascendente a la vez, ello obliga a una permanente revisión de los planteamientos que han de guiar las acciones educativas y sus contenidos a través de lo que actualmente se denomina planeación curricular.

El curriculum representa el proyecto académico por medio del cual se han de conjugar, las necesidades e intereses sociales, los fines de la enseñanza, así como las políticas académicas y educativas que determina el sistema educativo nacional.

El curriculum es reflejo de la realidad educativa, en él confluyen múltiples factores, por lo que la claridad y la coherencia son requisitos indispensables, tanto para su operativización como para una evaluación racional que permita llevar a efecto un proceso integral, en el que hombre-sociedad y ciencia se cohesionan para alcanzar los más altos ideales de la humanidad.

Dentro de la planeación educativa, el curriculum representa el nivel más completo, ordenado y serio - desarrollado hasta hoy, la enseñanza formal debe tenerlo como guía y apoyo para el desarrollo de sus funciones.

Si bien es cierto que existen diversas críticas en contra del curriculum, su teoría y utilidad se reafirman y consolidan con el tiempo, además de que no se puede negar el hecho de que la educación es un proceso racional, intencional y deliberado.

La carrera de licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana, ha carecido de planeación curricular, tradicionalmente se han manejado listados de materias que constituyen "el Plan de Estudios", mismo que ha presentado de 1954 a 1979 dieciseis modificaciones que no contienen explicación de algún proceso de análisis (se anexan como muestra seis planes).

Mediante un análisis de la congruencia interna del actual plan de estudios, se puede señalar que entró en vigencia oficialmente en el año de 1977, fecha en la que también y como producto del cambio de plan de estudios, la Facultad de Periodismo, adquiere el nombre de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana.

Pero de 1977 a 1979 sufre cambios, que no son justificados, ni aclarados en acta alguna ni por ningún cuerpo colegiado, desde el año de 1979 el plan permanece sin variaciones, es el que en la actualidad se está desarrollando y se observa que:

- Lo que se denomina plan de estudios es un listado de materias, de las que no existen programas oficiales, ni unificados por academias o grupos de profesores que imparten la misma asignatura, cada catedrático, posee su propia guía o programa para impartir su materia, la vinculación horizontal y vertical no existe, no posee un eje integrador que articule las diversas cátedras que se imparten.
- Se justificó por el hecho de que el plan anterior no permitía un cabal conocimiento de las ciencias de la comunicación social y de las diversas técnicas de comunicación masiva. El número de materias y la dosificación de las mismas en horas a la semana era denso. El acelerado avance de las innovaciones tecnológicas y las diversas teorías de la comunicación obligaron a dar un nuevo enfoque al plan para evitar la formación de "artesanos de la noticia" o técnicos en difusión desprovistos de una formación sociocultural amplia. Por el contrario, la necesidad de integrar comunicadores sociales que con una actitud de crítica ante el papel que juegan los medios de comunicación en la sociedad, contribuyeron no sólo a depurarlos en cuanto a los contenidos que transmite, sino además convirtieran la actividad del comunicador social en una constante lucha por la promoción social y el mejoramiento integral de la sociedad, en especial de la clase social económicamente marginada.

- Su sustento ideológico se sintetiza afirmando que "el comunicador social que se pretende formar, comprenderá la importancia que tiene el manejar contenidos que no son sino el reflejo de la ideología de la clase -- utilizados en forma generalizada como instrumentos de la manipulación política o de la propaganda más abyecta, y de igual modo, como armas de control social y de consumo sin sentido".
- Tiene como objetivos generales:
  - A).- Formar comunicadores sociales que con una visión crítica del mundo, contribuyan con su trabajo en sociedad no sólo a conocerla, interpretarla, sino a lograr cambios indispensables en beneficio de las mayorías no privilegiadas.
  - B).- Formar comunicadores sociales con los conocimientos necesarios de las técnicas de difusión masiva, para que entiendan el rol de comunicador social y puedan desempeñarse profesionalmente en los medios de comunicación social.
  - C).- Formar comunicadores sociales con los conocimientos necesarios para investigar el fenómeno de la comunicación social, y aportar nuevas ideas en torno a los métodos tradicionales de investigación empírica, que sean más acordes con nuestra realidad social mexicana-latinoamericana.
- Como se mencionó antes fué difícil definir el grado de continuidad, secuencia e integración, dada la carencia de programas o guías unificadas, entre los catedráticos que imparten la misma materia, pero existen observaciones fundamentales que pudieron hacerse en algunos casos con base en programas, en otros con guías e incluso con notas tomadas por estudiantes, se encontró que:
  - La materia de Lógica I y Lógica II en el primero y segundo semestre, en algunos casos mantienen secuencia, y en otros, repiten contenidos y se encuentran poco relacionadas con la carrera; al mismo tiempo, se detectó que los alumnos que ya cursaron el nuevo plan de bachillerato ya estudiaron lógica aplicada a la investigación.
  - En Filosofía I y Filosofía II (segundo y tercer semestre), se encontró secuencia entre los dos cursos; sin embargo, son repetitivos de los cursos recibidos en bachillerato.
  - En Sociología I y Sociología II (primero y segundo semestre), los contenidos son también repetitivos del bachillerato, y no manifiestan vinculación con la carrera en cuanto a la forma en que son impartidas.

- En cuanto a teoría del lenguaje I (primer semestre), varios de sus contenidos se han visto en el bachillerato y, sólo en algunos casos, mantiene cierta secuencia con Teoría del Lenguaje II (segundo semestre). Por otra parte, existe una desvinculación con Semiótica I (sexto semestre), pues pierde continuidad durante tres semestres y secuencia; asimismo, Semiótica I, no siempre tiene relación con Semiótica II (séptimo semestre).
- Por lo que se refiere a Teoría de la Comunicación I, (primer semestre), se manejan contenidos que ya fueron analizados en el bachillerato pero además, no tiene vinculación con Teoría de la Comunicación II (segundo semestre), ni con la materia Proceso y Efectos de la Comunicación (tercer semestre), inclusive, ésta última, -- tiene contenidos similares a los que se llevan en Estructuras Sociales y Comunicación I y II (tercero y cuarto semestres), éstas últimas materias si tienen secuencia.
- Los Talleres de Redacción I, II y III, tienen contenidos repetitivos sin encontrar secuencia entre ellos, incluso, en algunos contenidos se detectó contradicciones. (En los enfoques sobre estilos periodísticos y su estructura), por otro lado, existe un desfase, pues en el cuarto semestre "se pierde" la materia, para -- continuar en Introducción al Periodismo (quinto semestre), materia que aborda teóricamente conceptos que en la práctica ya fueron aplicados en los Talleres de Redacción.
- En Teoría y Práctica de Redacción de Noticias para Medios Impresos y Audiovisuales I y II (sexto y séptimo semestres), mención Medios Impresos, no existe secuencia ni homogeneidad en los cursos.
- Tipografía y Diagramado I, Teoría y Práctica de la Tipografía y Tipografía y Diagramado III, (sexto, séptimo y octavo semestres), respectivamente, no se observa secuencia en los contenidos y en algunos casos son repetitivos para estas materias de la mención de Medios Impresos.
- Por lo que toca a Editorialismo (séptimo semestre, mención Impresos), mantiene relación en Elica y Crítica en Periodismo; sin embargo, en algunos casos se repiten contenidos relativos a algunos cursos de materias de Redacción.
- La materia Fotoperiodismo (octavo semestre, Mención Impresos), está desfasada de la materia Técnicas de la Fotografía, pues pierde la secuencia en dos semestres.
- Taller de Periodismo (octavo semestre, medios Impresos), resulta repetitivo su contenido por cuanto a cursos anteriores.

- En Inglés I, II, III y IV (primero, segundo, tercero y cuarto semestres), en algunos casos si existe secuencia; sin embargo, en el contenido de los cursos existe repetición de lo comprendido en el bachillerato.
  - Historia de la Cultura (optativa, primer semestre), está enfocada la mayor parte de las veces hacia Historia Universal y, de ésta manera, resulta repetitivo de lo visto en niveles anteriores.
  - Seminario de Historia Contemporánea I (tercer semestre), está desfasada de la anterior, pues se pierde durante un semestre (en el cuarto semestre), en algunos casos no mantiene continuidad.
  - En tanto que en Historia de los Medios de Comunicación, se enfoca hacia el aspecto historiográfico y, en algunos casos hacia la Redacción.
  - Por otro lado, en quinto semestre se encuentra Los Medios de Comunicación en México, la cual repite contenidos de la asignatura anteriormente citada.
  - Posteriormente (en el octavo semestre), está la materia de Seminario de Historia Contemporánea, misma que se encuentra desvinculada pues pierde continuidad con los cursos anteriores de Historia; además, que ésta última se remonta a hechos históricos vistos en niveles anteriores.
  - Técnica de Dibujo de Carteles (optativa, segundo semestre), es de tipo teórica y poco relacionada con la carrera. Además que se encuentra desfasada de Introducción a las Relaciones Públicas y Publicidad (quinto semestre), de Teoría y Práctica de la Publicidad I (sexto semestre, mención Relaciones Públicas), pues se pierde continuidad durante tres semestres. Sin embargo, ésta última, si mantiene secuencia en algunos casos con Teoría y Práctica de la Publicidad II (séptimo semestre, mención Relaciones Públicas), pero algunos de los contenidos del primer curso se repiten en Mercadotecnia e Investigación de Mercados (octavo semestre, Mención Relaciones Públicas), por otro lado se encontró Psicología de la Publicidad, (octavo semestre, mención Relaciones Públicas) ésta materia también presenta incongruencias, pues primero estudian Teoría y Práctica de la Publicidad y, posteriormente, se analiza el comportamiento del consumidor en Psicología de la Publicidad.
- En Psicología Social (séptimo semestre), se repiten algunos contenidos que ya fueron vistos en el bachillerato; además, que no presenta secuencia con Psicología de la Comunicación (octavo semestre), pero sí se relaciona con Psicología de la Publicidad (octavo semestre, Mención Relaciones Públicas).

- Arte y Literatura (segundo semestre, optativa), tiene contenidos repetitivos del bachillerato.
- Antropología Social (primer semestre, optativa), tiene contenidos que se repiten en Estructuras Sociales y Sociología.
- Economía I, II y III (tercero, cuarto y quinto semestre, respectivamente), mantienen secuencia entre sí pero no están enfocados a la carrera y están desfasados de Mercadotecnia (octavo semestre, mención Relaciones Públicas).
- Investigación en las Ciencias Sociales I y II (tercero y cuarto semestres) son materias que observan repetición de contenidos de lo visto en bachillerato. Asimismo, resulta incongruente su relación con Investigación de las Ciencias Sociales de la Comunicación y Taller de la misma (quinto semestre) pues en éstas se invaden terrenos de Semiótica II (séptimo semestre) y aborda contenidos de Opinión Pública (séptimo semestre).
- Teoría del Estado (cuarto semestre), en algunos cursos se repiten contenidos de Sociología, mientras que, en otros se enfoca más hacia el aspecto jurídico, sin embargo, en los dos enfoques hay repetición de temas de bachillerato de igual manera se da con Derecho Constitucional (quinto semestre), donde se encontró que existe repetición del material que ha sido visto en la preparatoria, pero sí tiene secuencia con la materia Régimen Legal de los Medios de Comunicación en México (sexto semestre), que se justifica y mantiene relación a su vez con Ética y Crítica en Periodismo (sexto semestre, mención Impresos), la cual a su turno, mantiene secuencia pero se imparte desde diferentes enfoques.
- Introducción a las Relaciones Públicas y Publicidad (quinto semestre), Teoría y Práctica de Relaciones Públicas I y II, y taller de Relaciones Públicas (sexto semestre, séptimo y octavo respectivamente, mención Relaciones Públicas), no mantienen secuencia entre sí, y en algunos casos se repiten contenidos.
- Técnicas de Fotografía (sexto semestre), y Fotografía Especializada (octavo semestre, mención Audiovisuales), son materias que en algunos casos mantienen secuencia, por otro lado, en Teoría y Práctica de Fotografía y Dibujo Publicitario (séptimo semestre, mención Relaciones Públicas), se encontró incongruencia en sus contenidos y tiene poca relación, en algunos casos, con las materias de Publicidad.

- Introducción a las Relaciones Públicas y Publicidad, Teoría y Práctica de la Publicidad I y II (quinto, sexto y séptimo semestres, respectivamente), mantienen secuencia en algunos casos, pero en otros se repiten contenidos, incluso Introducción a las Relaciones Públicas y Publicidad, en algunos casos sólo se imparte contenido de Relaciones Públicas omitiendo la Publicidad. Por otro lado se observó, un desfase en las materias -- mencionadas anteriormente, pues es hasta el octavo semestre donde se imparte Psicología de la Publicidad.
- Mientras tanto, en Introducción a los Medios Audiovisuales (quinto semestre), se encuentra poca relación con las demás materias de dicha área, pero en Teoría y Práctica de Televisión I y II, Teoría y Práctica de Radio I y II y Taller de Medios Audiovisuales (sexto, séptimo y octavo semestre, respectivamente) presentan secuencia. Sin embargo, en Teoría y Práctica de Cine I y II, se observan ciertas incongruencias. Además, en Musicalización y Programación Musical (octavo semestre, mención Audiovisuales), se encuentra desfasada pues en semestres anteriores se impartió televisión, radio y cine.
- Psicología Social (séptimo semestre), repite algunos contenidos que ya fueron vistos en bachillerato, además que no presenta secuencia con Psicología de la Comunicación (octavo semestre), pero si tiene relación con -- Psicología de la Publicidad (octavo semestre, mención Relaciones Públicas).
- Seminario de Tesis (octavo semestre), mantiene relación con la carrera pero su denominación y planteamiento -- como asignatura, no tiene relación con las diversas modalidades de titulación para la obtención del grado, de las que la tesis ya es sólo una modalidad más.
- Teoría y Práctica de la Administración Personal (sexto semestre, mención Relaciones Públicas), manifiesta algunas incongruencias pues en varios casos maneja temas similares a los que imparten en Relaciones Públicas y en Régimen Legal de los Medios de Comunicación.
- Opinión Pública (séptimo semestre), aborda en algunos casos temas similares a Proceso y Efectos de la Comunicación (tercer semestre).
- Finalmente, el estudio de mercado demostró que un programa de estudio separado por menciones -- como el vigente -- ofrece más que opciones de trabajo, limitaciones en el ámbito laboral. Por ejemplo, el egresado de la mención Relaciones Públicas queda marginado de los conocimientos en las áreas --

de Audiovisuales y Medios Impresos, lo cual trae como consecuencia que éste producto educativo no sea capaz de manejar el lenguaje Audiovisual, el lenguaje periodístico y las Técnicas de Edición. Todo eso le impide realizar bien su labor de Relacionista Público porque no sabe, siquiera, ordenar el diseño de un anuncio para T.V. una revista, o la redacción de un boletín de prensa.

El egresado de Audiovisuales está en condiciones similares. Su desconocimiento de Relaciones Públicas y Medios Impresos, le impide integrarse a proyectos de publicidad y al manejo del lenguaje periodístico.

En el mismo caso está el egresado de Medios Impresos.

De esta manera se registran problemas de calidad en la producción de las empresas y el egresado ve limitada su incursión inmediata a los espacios laborales.

La práctica profesional ha demostrado que una preparación más universal y menos fragmentada, permite a los egresados en comunicación satisfacer las demandas laborales de las empresas.

Dichas observaciones permiten anticipar la necesidad de una reestructuración del plan de estudios de la carrera, de un planteamiento sistemático y completo que unifique y guíe criterios; todos estos cambios insertos en un proceso de análisis, que supere la carencia de cultura de planeación que ha existido en la formación del comunicador, sujeta a preferencias, al sentido común, a las presiones del momento, y a las buenas intenciones de autoridades y maestros; esta situación desalentadora y desordenada en lugar de haber generado la conciencia de un trabajo unificado y centrado hacia un fin, ha sido espacio de debate de las discrepancias ideológicas, políticas o particulares entre el personal académico, por los mismos vacíos que se generan al ser partícipes de proyectos sin dirección.

De allí que rescatando el sentido de la educación y con base en el Plan de la Modernización Educativa del C. Lic. Carlos Salinas de Gortari, de donde se derivan específicamente las prioridades y compromisos para la Educación Superior en México (1991-1994), propuestos por el Consejo Nacional de ANUIES, mediante aportaciones de las Comisiones Nacionales de Evaluación, Posgrado, Investigación y de Vinculación con el Sector Productivo, de la Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior (CONEPES), en su Vigésima Reunión, celebrada el 2 de Abril de 1991, en la cual determinaron como línea prioritaria 1.1.- La Actualización y Mejora---

miento de la Calidad en la Formación de Profesionales, en donde la tarea principal es la revisión y actualización de planes y programas; se toma la firme decisión de replantear la carrera del Licenciado en Ciencias y - Técnicas de la Comunicación, siguiendo un proceso sistemático, en el cual un grupo de profesores, se constituye con Aprobación de la Junta Académica en Comisión, para que conozca el proceso metodológico a seguir y posteriormente formule el documento, que es en este momento tan necesario, como urgente.

### 3.- MARCO CONCEPTUAL DE LA COMUNICACION SOCIAL.

#### 3.1.- De sus conceptos.

Las relaciones entre las personas son el sustento básico de todo proceso de comunicación social. Existen elementos mediadores y reforzadores de esos procesos, pero lo que define a todo acto de comunicación social es su carácter de relación humana, la gente con la gente, para esa relación se establece en objetivos diversos entre los que destacan la relación comercial, la relación político-ideológica y la relación cultural educativa. A esos procesos de relación humana, de producción de mensajes, de uso de medios, le llamamos comunicación social.

Ramos Dnache dice: "La comunicación no es inocente, carente de propósitos, nos comunicamos siempre con una intención. Eso nos lleva a distinguir diversas tendencias de la comunicación; el discurso publicitario, que tiene como propósito vendernos algún producto, convertirnos en consumidores; el discurso propagandístico; que pretende conseguir adeptos a una ideología, con el fin, eminentemente político de acceder al poder o mantenerse en él cuando ya se ha alcanzado. Podemos hablar de cierta clase de comunicación con intencionalidad educativa que, en concordancia con el discurso publicitario y propagandístico, busca un cambio o una adaptación de la conducta sólo para reforzar una concepción y una práctica autoritaria". (1)

Lo anterior hace referencia al orden comunicacional vigente, el cual deja muy poco espacio a la comunicación que pretende el desarrollo socioeconómico, cultural y político.

La Comunicación Social es instrumental y mediadora de las funciones y actividades de los grupos sociales, por lo cual estará determinada por los objetivos que se quieren lograr y para ellos se le usará. De ello depende el que existan diversos tipos de comunicación.

Por su parte Mabel Piccini concibe a la Comunicación Social como procesos de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, en el marco de sistemas industriales y tecnológicos complejos que se establecen entre agentes situados en diferentes lugares de la estructura social (2).

Esta concepción es genérica y propone el amplio entorno que tiene la Comunicación Social como representación de la realidad y como práctica del ser humano en la realidad.

Torres Acuña traza, con rigor esquemático que no da lugar a la simplificación, el camino teórico que han abierto las investigaciones y que han llevado como objetivo la búsqueda de la especificidad de la Comunicación Social. La ubicación de los contenidos de conciencia, conceptos, o ideas, como lo esencial a la Comunicación Social, la consideración del Comunicador Social como un mediador entre conciencias, como un mediador de ideas y el reconocimiento de la Comunicación Social como una forma de relación social fundamentalmente, son las propuestas que contribuyen para la formulación de ese cuerpo teórico de la comunicación que tratamos de integrar para delimitar su especificidad. (3)

Concibe Torres Acuña a la Comunicación Social, como una forma de relación y práctica social cuya adjetivización y concreción dependen del marco mediador de otras formas de relación que existen en una formación social concreta. De esta forma el autor, define como específico de toda comunicación social a la relación entre las personas, tomando en cuenta que esta relación social adquirirá formas unidireccionales o bidireccionales, autoritarias o participativas, según los objetivos que se proponga, es una práctica social frente a otras prácticas sociales.

Fuentes Navarro aporta al conocimiento del objeto específico de la comunicación social las siguientes propuestas:

"El término Comunicación", como muchos otros ha sufrido tal desgaste que la ambigüedad y la facilidad con que se usa dan lugar a múltiples equívocos cuando se trata de ella. Desde el etimológico "poner en común" hasta las más sofisticadas definiciones contemporáneas, "comunicación" puede llegar a significar muchas cosas distintas y a veces contradictorias.

"Hablaemos de comunicación al referirnos a todo proceso que relaciona a dos o más sujetos, permitiendo la evocación en común de significados de acuerdo a reglas convencionales". En consecuencia, nos referimos a una práctica social (humana) significativa que se manifiesta en múltiples formas, y que constituye la base de la cultura. De cualquier manera, la comunicación es un hecho que pertenece al ámbito de lo real, y es caracterizado como fenómeno digno de estudio científico sobre todo a partir de la consolidación de los medios masivos o colectivos en la sociedad contemporánea. (4)

En cuanto a la teoría de la comunicación se refiere, el autor establece que es todo conjunto sistemati-  
zado de conceptos científicos sobre los fenómenos de comunicación, elaborado con la pretención de explicarlos. -  
(5)

Con todo lo anterior se puede concluir que la Comunicación Social es un conjunto de relaciones sociales-  
productoras de sentido. Que esas relaciones se orientan por objetivos comerciales o de consumo, de propaganda --  
ideológico-política y finalmente, el espacio que corresponde a los objetivos pedagógicos culturales, con lo que-  
tendríamos los tres tipos básicos de Comunicación Social: Comunicación Comercial; Comunicación Ideológico-Políti-  
ca y Comunicación Educativa, respectivamente.

El objeto específico de la comunicación son las relaciones y éstas adquieren su modalidad de acuerdo con  
los objetivos que se propone.

- (1).- RAMOS, Danache Fausto A. La Comunicación Educativa y la Política de Comunicación de la Institución Univer-  
sitaria. Supuestos Básicos. Revista CISE. "Perfiles Educativos". No. 3 Edit. UNAM. Oct-Dic.1983 p. 33-37.
- (2).- PICCINI, Mabel. Introducción a la Pedagogía de la Comunicación Edit.UAM-X. 1984 p. 66-67-112.
- (3).- TORRES, Acuña Luis. Apuntes para un concepto de Comunicación Social. Comunicación y Cultura No. 14, P.147-  
154.
- (4) FUENTES, Navarro Raúl. Cinco aportaciones para la Investigación en Ciencias de la Comunicación. El Papel de-  
la investigación dentro de la Enseñanza de la Comunicación en México. Edit.ITESO México 1981. p. 75-92.
- (5).- FUENTES, Navarro Raúl. IDEM. P. 79.

### 3.2.- De la Enseñanza de la Comunicación.

Actualmente las instituciones de enseñanza de la Comunicación replantean de manera crítica sus bases científicas pedagógicas y de prácticas profesionales.

Estudiantes, maestros, administradores educativos, marchan hacia una definición más específica del proyecto de profesional que quieren formar.

Los problemas centrales que se replantean al interior de las instituciones de enseñanza de la comunicación son el del conocimiento, la tecnología educativa y los planes de estudio.

Rojas señala que existen fuertes contradicciones y problemas que se originan en la práctica educativa, en relación al problema del conocimiento el problema pedagógico y las influencias hegemónicas sobre la escuela y el currículo (1)

Respecto a la situación general de los procesos de formación de comunicadores, Fuentes dice: "La enseñanza de la comunicación ha pasado del entretenimiento técnico, la inconformidad humanística, y la creatividad irresponsable, a una conjugación más adecuada de los aspectos científico, técnico, filosófico, estético, etc., de la comunicación. La práctica profesional de miles de egresados ha contribuido de manera muy importante a esta evaluación, y la profesión, entonces, puede decirse que se encuentra actualmente en una etapa crítica. Crítica por encontrarse en una especie de crisis de identidad. (2)

La Bibliografía pone de relieve también una alta dependencia científica en el estudio de la comunicación, influencia de la privatización de la comunicación social en nuestro país como proyecto predominante, el fracaso del modelo periodístico para la formación de cuadros profesionales universitarios, marcada dispersión de los currícula, atraso pedagógico, influencia en las escuelas de la confrontación entre grupos que participan del poder económico y político, ausencia de una visión nacional en la conducción de la comunicación social, que se oriente hacia las prioridades nacionales, el surgimiento de los medios audiovisuales, que imprimió una nueva visión a la formación profesional.

Respecto a la dependencia científica se encuentra que en los inicios de su vida, las instituciones de la enseñanza de la comunicación estaban fuertemente orientadas por la práctica como formas de comunicación dominante y la visión funcionalista en el estudio de la comunicación.

Los planes de estudio son eminentemente técnicos e informacionales. Rojas establece que respecto al discurso y la ideología educativa predominantes provenientes de los esquemas funcionalistas se definen y operan el currículum a partir de una construcción abstracta. Es decir, se parte de un planteamiento idealista de la sociedad, sin tomar en cuenta las bases materiales que influyen en la vida cotidiana. (3).

Es necesario plantear proyectos alternativos que aborden la compleja situación económica de la comunicación y que contribuyen a la solución de necesidades y problemas de la formación de nuevos profesionales de la comunicación con una visión científica de la realidad nacional.

Rojas define su idea de la formación profesional: "En efecto, educar para una profesión es preparar para el mundo del trabajo aún en el caso de que, como en México, con demasiada frecuencia se destine el egresado al desempleo y, por lo tanto, es participar en la producción o reproducción de las formas de división social y técnica del trabajo. (4)

Para el desarrollo de un proyecto nacional de Comunicación Social que tome en cuenta las necesidades colectivas políticas, económicas y sociales se señalan como relevantes la formación de recursos humanos de la comunicación y el ejercicio profesional: "El estudio refleja el vínculo de relación y sobredeterminación entre el modelo de desarrollo económico y social seguido por el país y la evolución en la tendencia y el uso de los medios de Comunicación Social".

"La existencia de una íntima relación entre las prácticas profesionales vigentes (en las cuales el esquema privatizado de comunicación social es determinante), y los currícula, así como la práctica educativa de las instituciones docentes superiores en el campo de la comunicación. (5)

En el sentido comercial de periodismo ha influido a las instituciones de enseñanza de la comunicación y ha contribuido a preservar el carácter mercantil de los medios de comunicación.

Baldivia nos proporciona un panorama general de la enseñanza de la comunicación:

- A).- La orientación periodística de los currícula ha sido rebasada y no fue afortunada.
- B).- Los currícula no existen o al menos no tienen la claridad necesaria.
- C).- Hay en los planes de estudio sobre todo en las escuelas privadas, imitación al modelo norteamericano.
- D).- Deficiencias en la teoría y la práctica.
- E).- Se desconoce el comportamiento del mercado de trabajo, situación laboral de los egresados y de las perspectivas.
- F).- No hay evaluación educativa en las instituciones de enseñanza de la comunicación.
- G).- Bajo nivel educativo.
- H).- Los egresados no aprenden a redactar bien.
- I).- Orientación comercial en la formación profesional.
- J).- No se forma conciencia científica.
- K).- Problemas técnico-pedagógicos. (6)

Por su parte, Planet confirma las certezas de Baldivia tanto en las tendencias curriculares como en la influencia que se refleja en ellas del orden informativo hegemónico internacional, marcado por la alta privatización de los medios de información colectiva, el prototipo comunicativo comercial y la dispersión profesional.

Ante esto <sup>se</sup> yergue la vigorosa esperanza en el enfoque científico de la comunicación y el surgimiento de la Comunicación Social como servicio y bien colectivo. (7)

Javier Solís y Tomás Guerra en la formación de los periodistas en Costa Rica recomiendan, en el caso específico de la escuela de comunicación de ese país, reorientar los planes hacia los aspectos sociales, culturales y de contenido, para superar el empirismo exacerbado que vuelve a una nueva forma de unilateralidad y que tiende a la preparación de autómatas... (8)

Su estudio como los demás, es metódico y riguroso e identifica problemas comunes en la formación profesional, todos los autores revisados reflejan su preocupación por la crisis que vive la formación universitaria -

de los Comunicadores Sociales. El problema si bien es reflejo de la crisis estructural que vive como continente y como país, tiene ya indicios de transformación por las propuestas que se plantean ya en diversos foros y en el aula.

Al parecer el problema ya no se centra en la carencia de infraestructura para la enseñanza, sino en el reconocimiento del objeto específico de la comunicación social que son las relaciones sociales y a partir de esto la formulación de las habilidades y conocimientos específicos que el comunicador social requiere para atender necesidades y problemas de comunicación.

La formulación de habilidades como punto de partida y como estrategia curricular puede orientar mejor para el planteamiento de planes de estudio que el partir de una concepción ecléctica del comunicador, ahogado en teoría y enajenado de su realidad profesional teniendo ejercicios intelectualizantes como distractores de su formación, lo cual impulsa al estudiante a la búsqueda de un andamio técnico que pueda sostenerlo en la práctica profesional.

El panorama general de la enseñanza de la comunicación es el de un espacio donde se lucha por la independencia científica y tecnológica del país, una lucha que apenas vislumbra sus resultados positivos y en la que están encontrándose alternativas donde se está aplicando la imaginación y el espíritu nacionalista.

(1).- ROJAS, Z. Alberto. La formación y la práctica profesional de los Recursos Humanos en la Comunicación Social. Seminario de Comunicación Social. Edit. UAM, 1983 P. 85-113. México.

(2).- FUENTES, Navarro Raúl. Et. Al. Alternativa al Estudio Científico de la Comunicación. Connotaciones No. 4.- Ediciones El Caballito, AMIC, México 1983. p. 82.

(3).- ROJAS, Z. Alberto. Opus. Cit. p. 96.

(4).- ROJAS, Z. Alberto. Opus. Cit. P. 89.

(5).- ROJAS, Z. Alberto. Opus. Cit. P. 85-86.

(6).- BALDIVIA, Urdininea José. La Formación de los Periodistas en América Latina. Edit. CEESTEM Nueva Imagen - México 1981. p. 81-84.

(7).- PLANET, Mario. La Formación de los periodistas en Chile. Nueva Imagen. La Formación de los periodistas en América Latina. Ed. CEESTEM Nueva Imagen. p. 189-248 México 1981.

(8).- SOLIS, Javier. Et. Al. Opus. Cit. p. 366.

### 3.3.- Comparación con otros planes de estudio.

En la formación de este proyecto se ha revisado en función comparativa, los diversos planes de estudio de algunas universidades que cuentan en su profesiograma con la carrera de Ciencias de la Comunicación. Así como se analizaron los planes de estudio de la Universidad Iberoamericana ENEP. Acatlán, La Universidad Anahuac, la UNAM, El ITESO, El Tecnológico de Monterrey, La Escuela de Periodismo CARLOS SEPTIEN GARCIA. De igual forma se tomaron en consideración algunas trascendentes aportaciones derivadas del IV ENCUENTRO CONEICC que tuvo lugar en marzo de 1986, bajo el rubro de "CRISIS, COMUNICACION EN MEXICO".

El análisis en cuestión tuvo como centro de referencia las directrices siguientes:

Los objetivos sociales de las carreras de comunicación.

Las tendencias de las carreras de comunicación.

La formación de comunicadores.

El campo profesional de comunicador y,

El diseño curricular en atención a las necesidades regionales.

Los objetivos sociales de la carrera de Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, de la Universidad Veracruzana, entendida como institución pública, coinciden con los de la ENEP, y UNAM, pero presentan éstas dos últimas, una marcada tendencia ideológica; en tanto que, las universidades Anáhuac e Iberoamericana, ITESO y Tecnológico de Monterrey, instituciones privadas, presentan objetivos de abastecer de egresados a la industria de la Comunicación tendiendo a la rentabilidad del oficio.

Siguiendo con el análisis, se encuentra que la carrera de comunicación, en la Universidad Veracruzana, es de orientación teórico-práctica lo que permite cierto grado de coincidencia con las universidades Anáhuac, Iberoamericana, ITESO, Tecnológico de Monterrey. A diferencia de la ENEP, cuyo plan de estudios, tiene un cuerpo de materias de perfil teórico. El plan de estudios de nuestra carrera está integrado por asignaturas y está organizado en 8 semestres con formato curricular rígido. La universidad Anáhuac, tiene relativa coincidencia en su programación, con un sistema de asignaturas distribuidas en 8 semestres, con 6 especialidades: radio, prensa, publicidad, televisión, relaciones públicas y cinematografía.

El marco curricular del ITESO, no contempla ni menciones ni especialidades, cuenta con un diseño semi-rígido. Su currícula está integrada por 8 semestres. Como resultado de nuestras observaciones del plan de estudios de la UNAM, desprendemos importantes coincidencias como el plan de estudios de la Universidad Veracruzana- (u) en cuanto a estructura curricular de 8 semestres. También cuenta con un plan rígido pero no opera con "menciones".

Los planes de estudio de la ENEP, Acatlán y de la Universidad Iberoamericana, están diseñados por créditos. La ENEP, exige un total de 346 créditos, de los cuales 280 son obligatorios y 66 son de especialización. La Universidad Iberoamericana exige 432 créditos, de los cuales 392 corresponden a cursos escolarizados 24 al servicio social y 16 de opción terminal.

El curriculum de la UNAM, incluye un importante porcentaje en el área técnico-profesional, siguiendo en orden de materias de investigación. La Universidad Iberoamericana coincide con nuestra carrera en cuanto a materias de contenido teórico, ciencias humanísticas, sociales e investigación durante los primeros 6 semestres pero mantiene materias técnico-profesionales en los siguientes tres semestres. En el primer caso se encamina a la enseñanza de la producción de mensajes para los medios de comunicación masiva en tanto que, en el segundo caso, hacia las menciones ya citadas. A diferencia de nuestra carrera, la ENEP, cuenta con una distribución de materias del tercero al sexto de materias técnico-profesionales, las que alterna con materias teórico-humanísticas.

El curriculum del Tecnológico de Monterrey tiende a formar comunicadores que se puedan desempeñar al seno de organizaciones empresariales como ejecutivos, como editores, y en los medios masivos de comunicación, como lo que ya conocemos, es decir para desempeñar funciones de conductores, programadores, editores, reporteros, fotógrafos, en lo cual, encontramos ciertas coincidencias con la carrera en nuestra Facultad. Pero el Tecnológico de Monterrey tiene áreas de especialidad que se define a partir del lugar típico donde trabaja y los sistemas donde ejerce la responsabilidad principal el comunicador. Las funciones que desempeña respecto a tales sistemas pueden ser el diseño, la administración, la producción, la evaluación de proyectos de comunicación. El núcleo básico de la formación de los egresados de la carrera del Tecnológico de Monterrey, se fundamenta en una integración de disciplinas que en su conjunto permiten al estudiante tener una visión amplia sobre el contexto

y la forma en que se realiza la actividad comunicativa; psicología, sociología, economía, historia, ciencia política, comunicación. Su campo laboral se ubica en las organizaciones, en medios masivos, pero además en proyectos de autoempleo.

Para profundizar la comparación se tomaron en cuenta los resultados del IV Encuentro CONEICC que tuvo lugar en ~~Marzo~~ de 1986, bajo el rubro de "Crisis y Comunicación en México".

El investigador Francisco Prieto define al comunicador como "ni más ni menos el periodista de los tiempos que corren. Más que un investigador, debe ser un hombre de un amplio conocimiento de la cultura. Para contrarrestar la deficiencia que tiene el comunicador de los tiempos modernos, el periodista en el sentido de la pérdida que ha sufrido en su formación con motivo de la llegada de la radio y la televisión y que ha hecho más efíero el conocimiento... requiere una más consistente formación cultural".

Luis Javier Mier señala que uno de los grandes males de la Universidad contemporánea es "que en ella, la investigación ha desplazado a la cultura, dejándose con esto la preparación de profesionales "a la buena de Dios". A partir de los 70's, nuestra disciplina, en el medio académico de la comunicación, ha puesto el énfasis en la investigación y el estudio científico, en detrimento de las humanidades y el oficio. La enseñanza ha sido enfocada hacia la formación de investigadores, científicos sociales, estrategas. Lamentablemente la comunicación ha ido convirtiéndose en comunicología, el positivismo que ha endiosado a la ciencia ha dividido a la disciplina entre los que estudian "comunicólogos" y los que la hacen "comunicadores". Su recomendación se concentra en darle más importancia al quehacer y a la conformación de una amplia base cultural.

Otra importante conclusión del IV Encuentro CONEICC, plantea que la formación universitaria de comunicadores sociales, ha tenido indudablemente no sólo en México sino en toda Latinoamérica como eje de referencia fundamental a otra estructura social; la de los medios masivos, cuyo funcionamiento y desarrollo se explica también en función del papel que han desempeñado en la formación social del México contemporáneo. Tal eje ha sido objeto de fuertes polémicas académicas y políticas y por tanto, la referencia por parte de las escuelas de comunicación no ha sido homogénea. Se ha fluctuado desde la alianza abierta hasta la descalificación total, pero sin

duda, la dependencia del intelecto universitario ante la práctica de los detentadores de los medios ha prevalecido. La reducción de la teoría de la comunicación al mero estudio de los medios ha sido una consecuencia empobrecedora de la polarización de las visiones acrílicas sobre el funcionamiento real de los medios y sus funciones sociales.

En este sentido el investigador de CONEICC, Pablo Latapí señala que "Cada profesión tiene un específico modo de producción de sus servicios. Un perfil de funciones que corresponden a determinados sectores sociales, una implícita jerarquía de las necesidades humanas, una ideología subyacente que le dicta sus normas, sus valores y sus conductas, una pauta para dividir y especializar sus servicios y una manera correcta de relacionarse con otras profesiones. Todos estos elementos constituyen a la profesión en estructura social y hacen que dejada al libre juego del mercado refuerce el actual sistema de diferenciación de clases y distribución del poder".

Por otro lado, la información más reciente con relación a las escuelas de comunicación a través de CONEICC y como respuesta a la investigación que realizó FELAFACS, según lo reporta el maestro Raúl Fuentes Navarro, 16 Universidades reportan en conjunto un total de 7500 egresados. Son los datos más recientes y datan de 1984.

Las actividades de tales egresados se distribuyen aproximadamente así: en producción de medios 2839, 38%; en prácticas institucionales 1915, 26%; en educación 481, 6.4%; y en otras actividades no tipificadas 2122, que representan el 29%. Destacan los periodistas 1184, que son el 16.2%; quienes trabajan para el gobierno 1992, que son el 14.8%; y quienes lo hacen en empresas privadas 931, que son el 12.6%. Son cifras aproximadamente calculadas, no datos empíricamente registrados, por lo que solamente significan indicios previos de investigación y no descripciones de las prácticas profesionales actuales.

### 3.4.- Necesidades Sociolaborales. (Se anexa estudio de mercado).

En el estudio de mercado realizado precisamente por el interés de contar con bases reales, para la reestructuración de este plan de Estudios y analizado frente al marco conceptual de la carrera, se precisaron los siguientes señalamientos:

Necesidades Sociales. El comunicador tiene que cumplir con una función muy importante dentro de la sociedad: informar, orientar, educar y entretener, así como dirigir y medir los procesos y efectos de la comunicación e investigar y analizar los fenómenos comunicacionales para encontrar alternativas de solución.

Asimismo, el comunicador debe contribuir a la evolución de las Ciencias y Técnicas de la Comunicación y coadyuvar en el desarrollo social económico del país.

Lo anterior lleva a proponer la formación de un comunicador social, para ello el Plan de Estudios debe contemplar una educación humanística, científica y crítica, para de esta manera satisfacer las necesidades de la sociedad.

Necesidades Laborales. El estudio del mercado de trabajo demostró algunos puntos que deben tomarse en cuenta en el aspecto laboral.

a).- Desconocimiento de nuevos procesos comunicacionales en las empresas. Técnicas como la comunicación organizacional que tiene como fin una relación comunicacional objetiva entre los altos mandos, medios mandos y trabajadores. Todo, para ayudar también a la productividad de la empresa. Otra de las Técnicas que han aparecido son la animación y el diseño gráfico.

b).- Desconocimiento de nuevas tecnologías como el DAT, las computadoras teleprompters, tituladores, switcher, procesadores de efectos especiales y equipo de grabación y audio, y MODE, entre otros.

c).- Desconocimientos de los principios básicos para diseñar proyectos de comunicación y promover así, el autoempleo.

d).- Incapacidad de los egresados para crear y/o enriquecer los procesos comunicacionales que demandan las empresas.

Este problema metodológico y filosófico provoca el estancamiento del egresado como un ser pasivo incapaz de transformar la realidad comunicacional y lo coloca a nivel de un simple técnico que debe competir por el empleo con los comunicadores empíricos y egresados de carreras cortas.

Todo ello provoca en el egresado falta de un estilo propio, iniciativa y autoeducación para competir en el mercado laboral. Su labor se reduce a Imitar en Radio, T. V., Relaciones Públicas y Medios Impresos.

## II.- DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION.

Existe subutilización y desplazamiento de los profesionales de la comunicación por personal empírico, que son habilitados para funcionar como reporteros y como locutores, pero no por el hecho de que el egresado universitario sea incapaz de desarrollar estas mismas funciones, sino por el desconocimiento de los mismos empleadores de los beneficios laborales y sociales que ofrece esta profesión, por la ganancia que representa contratar "mano de obra barata" y por la carencia de una legislación aplicable que regule y controle a los emisores de mensajes en los medios de comunicación.

En el estudio efectuado a empleadores se pudo constatar que sólo una tercera parte muestran interés por demandar un personal con escolaridad media o superior, que desempeñe funciones de más alto nivel y mencionan que: el trabajador debe poseer como mínimo enseñanza media y las capacidades que le solicitan son las siguientes:

- Dominio de idioma inglés y español.
- Relaciones Públicas.
- Investigación de mercado.
- Redacción.
- Manejo de Computadora.
- Programación.
- Planeación.
- Organización.
- Dirección.
- Producción e Innovación.
- Toma de Decisiones.

Con este breve listado se puede valorar que un nivel medio o técnico es insuficiente para cubrir las expectativas de un mercado de trabajo con una cobertura profesional de suficiencia.

Es conveniente señalar que tanto a nivel nacional como internacional, la profesionalización de los medios de comunicación, va adquiriendo legitimidad y forma, comprometiendo así al sector empresarial a ofrecer veracidad, a los profesionistas a un ejercicio de calidad y conciencia social y a las Universidades a preparar un recurso humano con alto sentido ético, creativo, innovador, con conocimientos acordes a la realidad social, política y económica.

Los grupos de profesionales de la comunicación cada día unen sus esfuerzos, para delimitar su campo de acción y definir con más precisión su objeto de estudio, situación que fortalece la profesionalización de los medios de comunicación.

La enseñanza de la Comunicación, si bien es cierto, enfrenta divergencias regionales dadas las características del mercado a satisfacer, encuentra puntos convergentes en cuanto a su objeto de estudio, su profesionalización, su sentido social y humanístico.

El Plan de Estudios de la carrera en la Universidad Veracruzana requiere de una reestructuración que -- responda a las necesidades socio-laborales, a las perspectivas de la profesión y a los niveles de calidad que exige la actual situación económica y política nacional e internacionalmente.

El fomento al autoempleo, una vinculación estrecha entre docencia y medios de producción, la fusión de menciones para cursarse obligatoriamente y que integren un perfil profesional más completo para evitar parcializar la función del egresado, la profesionalización y acciones de calidad para definir ámbitos de competencia, el énfasis de la preparación a medios audiovisuales, el conocimiento y manejo de nueva tecnología y la difusión de la carrera, deberán ser las directrices que guíen la preparación del actual Licenciado en Comunicación.

### III.- PERFIL PROFESIONAL.

#### 1.- De sus funciones y actividades.

El egresado de la carrera de Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, será un profesional capacitado para insertarse en forma dinámica con apertura, creatividad y alto sentido de responsabilidad en -- las funciones que desde el ámbito privado, político o social deba desempeñar como comunicador. Realizará las siguientes funciones y actividades para obtener los productos que la práctica social exige de él:

FUNCIONES GENERALES DEL COMUNICADOR SOCIAL.	ACTIVIDADES GENERALES DEL COMUNICADOR SOCIAL.	PRODUCTOS TIPICOS DEL COMUNICADOR SOCIAL.
-Detectar necesidades y problemas - de comunicación.	- Diseñar, redactar, difundir, ensayos, investigaciones, estudios, monografías, conocimientos.	- Documentos impresos, visuales y audiovisuales.
-Captar información sobre procesos de comunicación.	- Investigar, analizar, plantear, coordinar, informar.	- Documentos impresos, visuales y audiovisuales.
-Administrar procesos de comunicación.	- Planear, coordinar, informar, proyectar programar acciones de comunicación.	- Niveles de productividad en la organización y el trabajo. Proyectos y Programas. Documentos impresos, visuales y audiovisuales.
-Aplicar estrategias de comunicación.	- Emisión de mensajes, coordinación de recursos de información y comunicación.	- Diseños, mensajes visuales y audiovisuales. - interacciones grupales, disposiciones.
-Uso de medios de información y comunicación visual y audiovisual.	- Aplicación de medios de difusión y comunicación.	- Relaciones interpersonales, actitudes, mensajes, visuales y audiovisuales.
-Producir mensajes visuales y audiovisuales.	- Diseñar, investigar, realizar y evaluar mensajes visuales y audiovisuales.	- Medios y mensajes visuales y audiovisuales. - Informes. Evaluaciones.
-Evaluar proyectos y programas de comunicación. Evaluación de productos.	- Conocer resultados de proyectos y programas de comunicación relacionando costo-beneficio. Objetivos-resultados.	- Informes, ensayos, documentos impresos, visuales y audiovisuales.

2.- De sus conocimientos:

El comunicador social será capaz de expresarse visual, auditiva y audiovisualmente de manera eficiente para que sus productos, sus acciones sean idóneos a la necesidad o problema comunicacional planteado, por lo que tendrá conocimientos en:

- Investigación de la Comunicación.
- Planeación de la Comunicación.
- Producción Audiovisual.
- Evaluación de la Comunicación.
- Expresión verbal.
- Expresión visual.

Estos le darán al comunicador las herramientas técnicas y humanas básicas para el ejercicio de la comunicación, que estarán respaldadas en todo momento por el dominio de los principios teóricos, éticos, legales y sociales que requiere para un desempeño profesional pertinente, innovador y comprometido con la sociedad.

3.- De sus ámbitos de trabajo.

Estará capacitado para efectuar sus funciones en empresas privadas ó instituciones públicas, tanto en medios impresos, audiovisuales como en relaciones públicas.

Sus ámbitos de trabajo son la prensa, periódicos, revistas, radiodifusoras, televisoras, empresas privadas de publicidad, áreas de mercadotecnia, departamentos de comunicación social, de difusión cultural y educativa.

Será capaz de elaborar proyectos para generarse autoempleo como comunicador social.

4.- De los puestos a desempeñar:

El comunicador egresado de esta carrera estará capacitado para desempeñarse en puestos como:

Director de Medios.  
Director de Noticiarios.  
Director de Cámaras.  
Gerente de Ventas.  
Gerente de Publicidad o Ventas.  
Gerente de Agencia de Publicidad.  
Sub Director de Diario.  
Sub Director de Medios.  
Jefe de Prensa.  
Jefe de Redacción.  
Jefe de Promoción y Producción en Difusión Cultural.  
Jefe de Apoyos Institucionales.  
Sub Jefe de Sección... (En Diarios).  
Coordinador de Deportes.  
Coordinador de Noticias.  
Coordinador de Ventas.  
Coordinador de Producción.  
Asistente de Director.  
Asistente de Producción.  
Asistente de Redacción.  
Auxiliar de Dirección.  
Auxiliar de Producción.  
Auxiliar de Redacción.  
Productor.  
Editor.  
Operador.  
Analista.  
Promotor.  
Programador.  
Cronista.  
Comentarista.  
Reportero.  
Conductor.  
Camarógrafo.  
Corresponsal.

#### IV.- OBJETIVOS CURRICULARES.

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana está dirigida a posibilitar que el EGRESADO en su actividad profesional:

- 1.- Posea la fundamentación Teórico-Epistemológica sobre el origen, evolución y desarrollo de las ciencias de la Comunicación, así como su ubicación en las ciencias sociales.
- 2.- Asuma una posición crítica respecto al papel del comunicador como promotor de cambio, ante la problemática-económica, política y social de México.
- 3.- Retome los fundamentos Teórico-Epistemológicos y metodológicos de la Comunicación y de las ciencias de apoyo para transformar la práctica comunicacional, generando modelos, diseños y estrategias acordes con los requerimientos que la sociedad moderna plantea en cada situación concreta.
- 4.- Desarrolle actitudes inquisitivas y creativas ante la realidad, que lo lleven a aplicar los fundamentos Teórico-Epistemológicos y metodológicos para la planificación, producción, evaluación y solución en todo caso, de problemas específicos de comunicación en los diversos ámbitos de la profesión.
- 5.- Desarrolle, investigue, aplique y evalúe contenidos de periodismo moderno, mediante los distintos géneros de comunicación colectiva que requiere esta actividad.
- 6.- Seleccione, utilice y aplique adecuadamente las técnicas diversas de los medios audiovisuales para la producción de contenidos terminales de comunicación social.
- 7.- Planifique, organice, produzca y evalúe contenidos de comunicación organizacional, diseño publicitario y programas de relaciones públicas mediante los lineamientos Teórico-Metodológico aplicable para cada caso.

8.- Planifique, desarrolle, produzca y evalúe contenidos diversos de comunicación social tendientes a prestar un servicio de interés público particularmente dirigido a las clases menos favorecidas, como resultado de su responsabilidad social como comunicador.

9.- Participe comunicacionalmente en todas las campañas, programas, actividades y acciones que tiendan a mejorar la calidad de la vida, a preservar nuestras tradiciones y valores, y a fomentar la identidad nacional.

10.- Desarrolle habilidades y capacidades empresariales para autoemplearse, mediante la creación de pequeñas empresas.

## V.- PLAN DE ESTUDIOS.

### 1.- Descripción.

El plan de Estudios ésta diseñado por asignaturas, pretende insertarse a la actual estructura organizacional académica, política y legal de la Universidad, se cuidó en respetar el número de horas semana y semestre, y el tipo de contratación de docentes, por lo que las recomendaciones y ajustes son acordes a la situación, generarán cambios sólo para eficientizar el proceso enseñanza-aprendizaje.

Se compone de materias que van conformando entre sí estructuras con un nivel de complejidad creciente, las cuales han sido seleccionadas de acuerdo a: las actividades del comunicador social en el medio laboral, a las bases conceptuales de la comunicación, a los principios éticos, a herramientas prácticas, a perspectivas profesionales y a los problemas socio-laborales que enfrenta el comunicador social.

Asi mismo se incorporan prácticas, como "prácticas integradoras" las cuales se explicarán en el inciso 3 de este apartado.

En el octavo semestre, con el objeto de estimular y favorecer el desarrollo de habilidades de interés-particular, se planearon "materias optativas", que serán elegidas por el mismo estudiante, las cuales tendrán la rigurosidad para evaluarse al igual que el resto de las materias y se le asignarán los créditos que correspondan.

Se hace la aclaración que para cursar una materia optativa, se requiere cuando menos la inscripción de 10 alumnos, pués en caso de que una materia tenga un menor número, estos se ubicarán en los grupos de mayor cobertura y el docente de la materia sin alumnos, deberá apoyar en donde exista mayor concentración.

### 2.- Estructuración.

#### 2.1).- Eje Vertebral.

Se tomó como eje vertebral, las actividades que el comunicador social desempeña en la práctica, de las que se desprendieron los conocimientos y habilidades requeridas.

EJE VERTEBRAL	ACTIVIDADES QUE DESARROLLA	CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES EN:
P R A C T I C A  S O C I A L	REPORTEAR. REDACTAR. EDITAR. JERARQUIZAR INFORMACION. HACER REPORTAJES. ENTREVISTAR. DIAGRAMAR. INVESTIGAR. ARCHIVO HEMEROGRAFICO. CAPTURA DE DATOS. GRAVAR EN VIDEO Y AUDIO. CONDUCTOR DE PROGRAMAS. LOCUTOR GRABADOR. EDITOR. GUIONIZAR. HACER REPORTAJES. HACER CRONICAS. EDITORIALIZAR. ELABORAR COMENTARIOS. ADMINISTRACION DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS. ESTUDIO DE MERCADO. PLANEACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION. EVALUACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION. PRODUCTOR DE MEDIOS AUDIOVISUALES. EJECUTIVO DE CUENTAS. EJECUTIVO DE VENTAS. DIRECCION DE VENTAS. PERIODISTA GRAFICO. ANALISTA DE INFORMACION. PRODUCTOR. VIDEOTECARIO. GERENTE DE PUBLICIDAD. COORDINADOR DE COMUNICACION SOCIAL.	TECNICAS DE REDACCION. GENEROS PERIODISTICOS. PROCEDIMIENTOS LEGISLATIVOS DE MEDIOS. TECNICAS DE PERIODISMO GRAFICO. TECNICAS DE MEDIOS AUDIOVISUALES. TECNICAS DE GUIONISMO. ADMINISTRACION DE RECURSOS. RELACIONES PUBLICAS. TECNICAS COMUNICACION ORGANIZACIONAL. TECNICAS PUBLICITARIAS. INVESTIGACION DE MERCADOS. RELACIONES HUMANAS. DISEÑO GRAFICO. INTEGRACION DE GRUPOS. DOMINIO DE LA ESTETICA. TECNICAS DE INVESTIGACION. PROCEDIMIENTOS ESTADISTICOS. CODIGOS SEMIOTICOS. TRADUCCION DE TEXTOS. SISTEMAS COMPUTACIONALES. MANEJO DE EQUIPO AUDIOVISUAL. TECNICAS DE DIAGRAMADO. EDICION EN MEDIOS AUDIOVISUALES. TECNICAS DE SONORIZACION. EXPRESION ORAL. DOMINIO DE CIENCIAS AFINES Y DE APOYO A LA COMUNICACION.

Posteriormente se analizó la forma de desarrollar en el estudiante las aptitudes, actitudes y habilidades requeridas, para desempeñar profesionalmente estas actividades, se recurrió al marco teórico de la comunicación social, a la prospectiva de la profesión, a la convicción por superar un mero "adiestramiento para el mercado laboral", la posibilidad de despertar en el estudiante una conciencia crítica con una actitud de apertura, optimismo y trabajo.

Se determinó que las aptitudes, actitudes y habilidades, se desarrollarán abordando los siguientes conocimientos:

TEORIA DE LA COMUNICACION.  
COMUNICACION ORAL, ELOCUENCIA Y EXPRESION.  
FILOSOFIA DE LA COMUNICACION.  
SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION.  
HISTORIA DE LA CULTURA.  
TALLER DE TRADUCCION DE TEXTOS.  
REDACCION.  
FOTOGRAFIA.  
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.  
COMPUTACION.  
DIAGRAMADO.  
PROCESOS Y EFECTOS DE LA COMUNICACION.  
SEMIOTICA.  
HISTORIA CONTEMPORANEA.  
ESTADISTICA.  
GENEROS PERIODISTICOS.  
FOTOPERIODISMO.  
ANALISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO.  
HISTORIA POLITICA Y ECONOMICA DE MEXICO.  
INVESTIGACION DE LA COMUNICACION.  
PROGRAMACION Y SONORIZACION.  
DISEÑO GRAFICO.  
ECONOMIA.  
ANALISIS DE LA OPINION PUBLICA.  
MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.  
TEORIA Y PRACTICA DE RR Y PP.  
GUIONISMO.

PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION.  
TALLER DE PERIODISMO IMPREQ.  
TEORIA Y PRACTICA DE RADIO  
TEORIA Y PRACTICA DE CINE.  
TEORIA Y PRACTICA DE TELEVISION.  
DERECHO CONSTITUCIONAL.  
ETICA Y CRITICA DE LOS MEDIOS.  
COMUNICACION SOCIAL.  
ADMINISTRACION DE PERSONAL.  
REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS.  
SEMINARIO DE TITULACION.  
PLANEACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION.  
COMUNICACION ORGANIZACIONAL.  
TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL.  
ANIMACION.  
LOCUCION.

Una vez tratados los anteriores elementos se diseñaron los objetivos curriculares, que son la directriz de este plan.

Para conformar el plan de estudios por asignaturas y semestral, hubo que recurrir a ejes integradores, que permitieran agrupar materias, de manera secuencial y con base a los contenidos mínimos requeridos para el logro de los objetivos curriculares planteados.

#### 2.2).- Ejes Integradores:

A continuación se describe por cada semestre el eje integrador, el enfoque y las materias elegidas en base a los conocimientos requeridos para el desempeño de las actividades señaladas en el perfil profesional.

PRIMER SEMESTRE

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS.
CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS BASICAS DE LA COMUNICACION.	DESARROLLO DEL MARCO CONCEPTUAL BASICO DE LA COMUNICACION.  MANEJO DE HERRA- MIENTAS BASICAS DE LA COMUNICA- CION.	- TEORIA DE LA COMUNICACION I. - FILOSOFIA DE LA COMUNICACION. - SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION. - HISTORIA DE LA CULTURA. - COMUNICACION ORAL Y ESCRITA: ELOCUENCIA Y NARRACION. - REDACCION I. - TALLER DE TRADUCCION DE TEXTOS (INGLES) I. - FOTOGRAFIA I.  <u>PRACTICA INTEGRADORA</u> - HERRAMIENTAS BASICAS DE LA COMUNICACION.

SEGUNDO SEMESTRE

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS
BASES PARA LA PRODUCCION DE MENSAJES Y ANALISIS DE LOS PROCESOS HISTORICOS Y CONTEMPORANEOS DE LA COMUNICACION.	IMPLEMENTACION DE LAS NUEVAS TECNICAS DE COMUNICACION COMO FUNDAMENTO PARA LA PRODUCCION DE CONTENIDOS. BASES TEORICAS QUE PERMITEN LA COMPRESION DE LA REALIDAD HISTORICA	- TEORIAS DE LA COMUNICACION II. - ESTRUCTURAS SOCIALES Y COMUNICACION. - HISTORIA CONTEMPORANEA. - TEORIA DEL LENGUAJE. - METODOLOGIA. - REDACCION II. - TALLER DE TRADUCCION DE TEXTOS (INGLES) II. - FOTOGRAFIA II. <u>PRACTICA INTEGRADORA.</u> - PRODUCCION DE MENSAJES.



TERCER SEMESTRE

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS.
ESTRUCTURAS COMUNICACIONALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION IMPRESA.	ENFOQUES TEORICOS QUE SIRVEN COMO BASE PARA EL ANALISIS DE LAS ESTRUCTURAS COMUNICACIONALES. PRODUCCION DE GENEROS INFORMATICOS - APLICABLES A LA REALIDAD.	- PROCESOS Y EFECTOS DE LA COMUNICACION. - LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO. - HISTORIA POLITICA Y ECONOMICA DE MEXICO. - SEMIOTICA. - METODOLOGIA Y ESTADISTICA. - GENEROS PERIODISTICOS I. - DIAGRAMADO. - FOTOPERIODISMO. <u>PRACTICA INTEGRADORA.</u> - COMUNICACION IMPRESA I.

CUARTO SEMESTRE

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS
LA COMUNICACION COMO CIENCIA - SU DESARROLLO - TECNOLOGICO PA- RA LA PRODUC-- CION IMPRESA.	FORMACION SUSTENTADA EN - LAS TEORIAS ECONOMICAS - Y DE LA CONDUCTA SOCIAL, CON EL OBJETO DE APLI CAR PROCEDIMIENTOS DE INVESTIGACION - EN LAS CIENCIAS PRODUC- DE LA COMUNICA CION DE = CION. GENEROS DE OPINION A -- TRAVES DE NUE- VAS TECNOLOGIAS QUE INCIDEN EN EL AMBITO DE LA COMU- NICACION IMPRESA.	- ANALISIS DE LA OPINION PUBLICA. - PSICOLOGIA SOCIAL. - ECONOMIA I. - GENEROS PERIODISTICOS II. - COMPUTACION. - DISEÑO GRAFICO.  <u>PRACTICA INTEGRADORA</u> - INVESTIGACION DE LA COMUNICACION. - COMUNICACION IMPRESA II.

QUINTO SEMESTRE

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS
LA COMUNICACION EN EL SISTEMA DE MERCADO.	APLICACION DE TECNICAS PSICO-SOCIALES A LA PROBLEMÁTICA COMUNICACIONAL, Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADO QUE PROPORCIONEN DIAGNOSTICOS PARA LA ORGANIZACION INSTITUCIONAL. PLANEACION DE PRODUCTOS DE COMUNICACION Y TECNICAS VISUALES.	- PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION. - ECONOMIA II. - MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD. - RELACIONES PUBLICAS. - GUIONISMO. - TALLER DE DISEÑO GRAFICO. <u>PRACTICA INTEGRADORA.</u> - RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD.

SEXTO SEMESTRE

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS
PRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES	CONOCIMIENTO DE LA NORMA- TIVIDAD QUE REGULA LAS FUNCIONES DEL ESTADO Y ESTUDIOS DE MER- CADO QUE PROMUEVEN LA TOMA DE DECI- SIONES EN LOS - SECTORES PRO- DUCTIVOS.      FORMACION Y PRODUCCION DE MEDIOS AUDIO- VISUALES.	- DERECHO CONSTITUCIONAL. - <b>MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.</b> - ADMINISTRACION DE PERSONAL. - TELEVISION I. - RADIO I. - PROGRAMACION Y SONORIZACION. <u>PRACTICA INTEGRADORA.</u> - PRODUCCION DE AUDIOVISUALES Y MEDIOS IMPRESOS PARA EL AREA DE RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD.

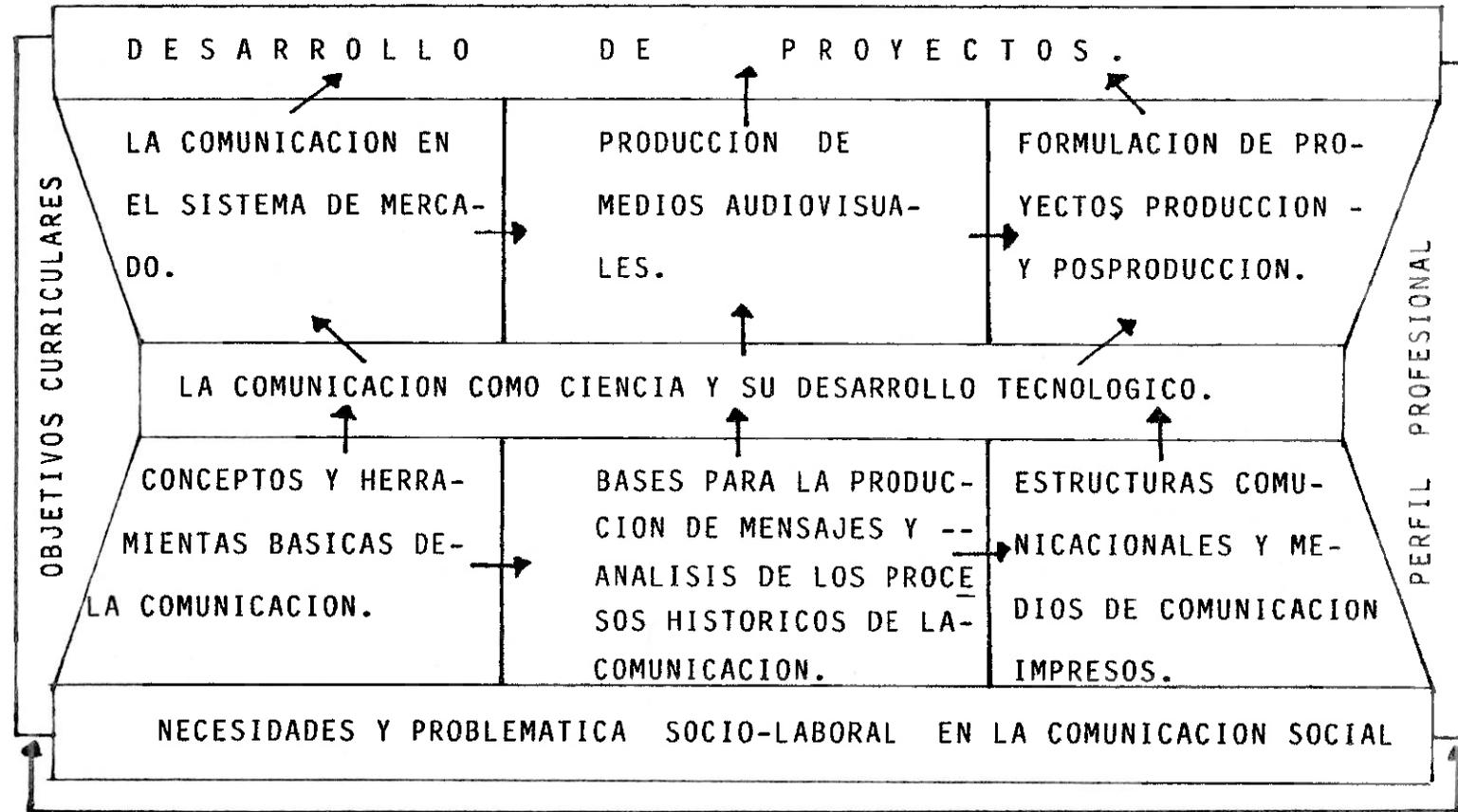
SEPTIMO SEMESTRE

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS
PROYECTOS, PRODUCCION Y POST-PRODUCCION.	ANALISIS DE CASOS EN EL MARCO LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COMO FUNDAMENTO PA- RA EL DISEÑO DE PROYECTOS DE CO- MUNICACION -- SOCIAL.  PRODUCCION Y POSTPRODUC- CION DE MEDIOS AUDIOVISUALES.	- REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS. - PLANEACION Y FORMULACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION. - COMUNICACION SOCIAL. - TALLER DE TELEVISION II. - EDICION. - RADIO II. - CINE. <u>PRACTICA INTEGRADORA.</u> - PRODUCCION AUDIOVISUAL.

**OCTAVO SEMESTRE**

EJE INTEGRADOR	ENFOQUE	MATERIAS ELEGIDAS
DESARROLLO DE PROYECTOS DE COMUNICACION.	EVALUACION DEL PAPEL QUE DESEMPEÑAN LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA SOCIEDAD, Y LAS PROBLEMATICAS SUSCEPTIBLES DE INVESTIGACION PARA LA FORMULACION DE PROYECTOS QUE PUEDAN GENERAR AUTOEMPLO Y SIRVAN COMO TRABAJO DE INVESTIGACION Y EVALUACION EN EL SECTOR PRODUCTIVO, ASI COMO TECNICAS DE PRODUCCION MULTIMEDIA.	<ul style="list-style-type: none"><li>- ETICA Y CRITICA DE LOS MEDIOS.</li><li>- SEMINARIO DE TITULACION.</li><li>- SEMINARIO DE FORMACION DE EMPRESAS DE COMUNICACION.</li><li>- COMUNICACION ORGANIZACIONAL.</li><li>- PRODUCCION AUDIOVISUAL.</li></ul> <p style="text-align: center;"><u>MATERIAS OPTATIVAS.</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- COMUNICACION EDUCATIVA.</li><li>- TALLER DE LOCUCION.</li><li>- TALLER DE ANIMACION.</li></ul> <p style="text-align: center;"><u>PRACTICA INTEGRADORA.</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- FORMACION Y DESARROLLO DE PROYECTOS DE COMUNICACION.</li></ul>

2.3)- ESTRUCTURA ESQUEMATICA DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DEL LICENCIADO EN CIENCIAS Y TECNICAS DE LA COMUNICACION DE ACUERDO A LOS EJES INTEGRADORES.



### 3.- Prácticas Integradoras.

#### 3.1).- Consideraciones.

También se valoró la necesidad de vincular la teoría con la práctica profesional, el articular la docencia con la realidad social a través de programas específicos, favorece la adquisición de experiencias de aprendizaje significativas, necesarias para la formación integral del profesionista, esto permitirá hacer de los programas de estudio una oportunidad para el conocimiento del campo laboral, el descubrimiento y desarrollo de aptitudes y habilidades en los estudiantes.

Se estipularon materias prácticas denominadas "Prácticas Integradoras", que permitirán al estudiante ejecutar directamente en los medios, acciones concretas articuladas a la realidad de los procesos de producción.

La práctica se considera como un medio, a través de la cual el estudiante irá conformando conocimientos, actitudes y habilidades cada vez más perfeccionadas, concientizadas y relacionadas con su entorno.

Estará permanentemente integrada y respaldada por las materias que conforman el semestre correspondiente, existirá un programa completo, será obligatorio y se evaluará de acuerdo a los requerimientos para otorgar una calificación.

Dentro de su forma de evaluación deberá abarcar, la observación directa al alumno, evaluación formativa y sumativa a través de criterios claros de la evaluación de las actividades diseñadas para las distintas experiencias, la producción de trabajos específicos y la asistencia al 80% de las prácticas señaladas.

Por cada 10 alumnos en "prácticas integradoras" deberá haber un docente, que debe seleccionarse de los catedráticos que hayan impartido las materias que integran el semestre.

Cada docente con su grupo de 10 estudiantes se guiarán, respetarán y darán cumplimiento al programa en cuestión, existirán acuerdos comunes para: seleccionar campos de práctica, fechas, plan de enseñanza, supervisión, horarios y rotación de estudiantes por las distintas experiencias de aprendizaje estipuladas dentro del programa.

La función del docente en las prácticas integradoras, será la de asesorar al estudiante en la ejecución de actividades, seleccionar las experiencias más significativas, dirigirlo en el desempeño de sus funciones, facilitar la integración de la teoría con la práctica, corregir errores, ampliar y profundizar el conocimiento, apoyar la inserción del estudiante al campo de trabajo, proporcionar enseñanza directa y personalizada, estimular la indagación, la creatividad, la seguridad del alumno en si mismo y será el responsable ante el campo seleccionado del grupo de estudiantes que le compete atender.

Para precisar y agrupar "Prácticas Integradoras" se partió de los mismos fines de aplicación que tienen los contenidos seleccionados, precisamente a partir de las actividades y funciones en el campo profesional.

El mecanismo de integración fué el siguiente:

3.2).- Descripción por Semestre.

PRACTICAS INTEGRADORAS  
PRIMER SEMESTRE.

NOMBRE PRACTICA: HERRAMIENTAS BASICAS DE LA COMUNICACION.

PROPOSITO	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS QUE VINCULA	EXPERIENCIAS
-PROPICIAR EL DE SARROLLO DE LAS HERRAMIENTAS BA SICAS DE LA CO- MUNICACION, CO- MO SON LA COMU- NICACION ORAL Y ESCRITA Y LA -- REDACCION.	- MARCO CONCEPTUAL DE - LA COMUNICACION.  - PRINCIPIOS PARA LA - COMUNICACION ORAL Y - ESCRITA.  - TECNICAS DE REDACCION.	TEORIA-FILOSOFIA Y SOCIOLOGIA  - COMUNICACION ORAL, ESCRITA, ELOCUENCIA Y NARRACION.  - REDACCION.	- EXPERIMENTACION PARA AUTOCORREC- CION.  - OBSERVACION EN - LOS MEDIOS AUDIO VISUALES.  - INSTALACIONES DE PERIODICOS.  - PRACTICAS ANTE = GRUPOS PEQUEÑOS.  - REALIZAR ENTREVIS TAS.  - ELABORACION DE NO TAS INFORMATIVAS.

PRACTICAS INTEGRADORAS  
SEGUNDO SEMESTRE

NOMBRE PRACTICA: PRODUCCION DE MENSAJES.

PROPOSITOS	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS QUE VINCULA	EXPERIENCIAS
- OFRECER AL ESTUDIANTE UNA EXPERIENCIA, A TRAVES DE LA CUAL VINCULE LAS TECNICAS DE REDACCION CON EL ANALISIS DE LA COMUNICACION EN LA PRODUCCION DE MENSAJES.	- COMPRENSION DE LA REALIDAD HISTORICA Y CONTEMPORANEA DE LA COMUNICACION.  - BASES PARA LA PRODUCCION DE MENSAJES.  - TECNICAS DE REDACCION.  - TECNICA FOTOGRAFICA.	- TEORIA DE LA COMUNICACION. - ESTRUCTURAS SOCIALES Y COMUNICACION. - HISTORIA CONTEMPORANEA.  - TEORIA DEL LENGUAJE.  - REDACCION. - TRADUCCION DE TEXTOS.  - FOTOGRAFIA II.	-EXPERIMENTACION CON LA FUNCION SOCIAL QUE COMPLEN LOS MEDIOS MASIVOS EN LA SOCIEDAD  -REUNIONES, PANELES Y CONFERENCIAS CON ESCRITORES Y LINGUISTAS EN SUS CENTROS DE TRABAJO.  - PRACTICAS DE ENTREVISTAS COMO INSTRUMENTO PARA LA ENCUESTA A GRUPOS PEQUEÑOS.  -PRACTICAS DE LOS DIFERENTES ESTILOS PARA LA NOTA INFORMATIVA.  -PRACTICAS FOTOGRAFICAS, TOMANDO EN CUENTA LA AMBIENTACION DE LUZ.  -PRACTICAS DE LABORATORIOS.  -PRACTICAS DE EFECTOS.

PRACTICAS INTEGRADORAS  
TERCER SEMESTRE.

NOMBRE PRACTICA: COMUNICACION IMPRESA.

PROPOSITO	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS QUE VINCULA	EXPERIENCIAS
- EL ALUMNO APLICARA - LAS TECNICAS PERIO-- DISTICAS, A TRAVES - DE GENEROS INFORMATI VOS, QUE LE PERMITAN INTERPRETAR, DESCRIBIR Y EXPLICAR SU -- REALIDAD SOCIAL.	- ENFOQUES TEORICOS PARA - EL ANALISIS DE ESTRUC-- TURAS COMUNICACIONALES - GENEROS INFORMATIVOS.	- PROCESOS Y EFECTOS DE LA COMUNICACION. - LOS MEDIOS DE COMUNICA CION EN MEXICO. - SEMIOTICA. - TALLER DE GENEROS PE-- RIODISTICOS I. - DIAGRAMADO. - FOTOPERIODISMO	- APLICAR LA INVESTIGACION DE CAMPO, PARA CONOCER MAS DE-- CERCA LAS NECESIDADES Y PRO BLEMAS QUE PLANTEA LA COMU- NICACION ACTUALMENTE. - OBSERVAR Y ANALIZAR LOS SIG NOS TRASMITIDOS POR LOS -- MASS MEDIA. - DESARROLLO DE ENTREVISTAS - EN LA COMUNIDAD. - APLICAR ENCUESTAS PARA GENE ROS INFORMATIVOS. - EDITORES Y REPORTEROS GRAFI COS EN SU CENTRO DE TRABAJO. - ACUDIR A CENTROS COMERCIA-- LES PARA CONOCER NUEVAS TEC NOLOGIAS EN EL CAMPO DE TRAJ BAJO. - REUNIONES CON REPORTEROS -- GRAFICOS EN SUS CENTROS DE- TRABAJO. - APLICAR TECNICAS FOTOGRAFI- CAS A HECHOS DE INTERES SO- CIAL.

PRACTICAS INTEGRADORAS  
CUARTO SEMESTRE.

NOMBRE PRACTICA: INVESTIGACION DE LA COMUNICACION.

PROPOSITO	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS QUE VINCULA	EXPERIENCIAS
- INDUCIR LA APLICACION DE LA INVESTIGACION COMO ESTRATEGIA PARA LA PLANEACION, TOMA DE DECISIONES Y PRODUCCION DE LA COMUNICACION.	- FUNDAMENTACION TEORICA PARA EL DESARROLLO DE PROCEDIMIENTOS DE INVESTIGACION EN LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION.	- PSICOLOGIA SOCIAL. - ANALISIS DE LA OPINION PUBLICA.	- APLICAR ESTUDIOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS DE LA CONDUCTA SOCIAL. - APLICAR SONDEOS DE OPINION.

NOMBRE PRACTICA: COMUNICACION IMPRESA II.

PROPOSITO	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS QUE VINCULA	EXPERIENCIAS
- FAVORECER LA VINCULACION DE NUEVA TECNOLOGIA EN LA PRODUCCION IMPRESA.	- TECNOLOGIA APLICADA A LA COMUNICACION IMPRESA. - PRODUCCION IMPRESA.	- COMPUTACION. - DISEÑO GRAFICO. - GENEROS DE OPINION.	VISITAS A: - ESTUDIOS DE SISTEMAS DE COMPUTACION. - ASESORIA SOBRE CAPTURA DE DATOS EN CENTROS DE TRABAJO. - ESTUDIOS SOBRE DISEÑO GRAFICO. - APLICAR DISTINTOS TIPOS DE ENTREVISTAS. - REUNIONES, PANELES Y CONFERENCIAS CON PERIODISTAS MAS DESTACADOS DE LA LOCALIDAD. - RECOPIRAR DATOS PARA ELABORAR GENEROS PERIODISTICOS.

PRACTICAS INTEGRADORAS  
QUINTO SEMESTRE.

NOMBRE PRACTICA: RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD.

PROPOSITO	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS QUE VINCULA	EXPERIENCIAS
- OFRECER UNA EXPERIENCIA MEDIANTE LA CUAL EL ESTUDIANTE VINCULE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES CON EL SISTEMA DE MERCADO.	- INTENCIONALIDAD Y PLANEACION DE LA COMUNICACION. - IMPACTO DE LOS MENSAJES A GRANDES MASAS. - TECNICAS DE PRODUCCION VISUAL.	- PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION. - ECONOMIA. - MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD - RELACIONES PUBLICAS. - GUIONISMO. - DISEÑO GRAFICO.	- REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADO PARA MEDIR AUDIENCIAS Y ESTABLECER DIAGNOSTICOS DE COMUNICACION AL SECTOR EMPRESARIAL. - VISITAS A AGENCIAS DE PUBLICIDAD. - VISITAS A ESTUDIOS SOBRE DISEÑO GRAFICO. - ESTABLECER CONTACTO CON LOS INSTRUMENTOS Y TECNICAS QUE UTILIZAN EN CENTROS DE TRABAJO PARA EL DISEÑO GRAFICO (PERIODICOS-CASAS EDITORAS TALLERES DE DISEÑO-AGENCIAS DE PUBLICIDAD).

PRACTICAS INTEGRADORAS

SEXTO SEMESTRE

NOMBRE MATERIA: PRODUCCION DE MEDIOS IMPRESOS Y AUDIOVISUALES PARA EL DESARROLLO DE LAS RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD.

PROPOSITOS	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS VINCULADAS	EXPERIENCIAS
-APLICAR LAS TECNICAS DE COMUNICACION IMPRESA, A TRAVES DE LA PRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES QUE SIRVAN COMO COMPLEMENTO PARA EL DESARROLLO DE LAS RELACIONES PUBLICAS Y LA PUBLICIDAD.	- LA NORMATIVIDAD DEL ESTADO MEXICANO Y LOS CAMBIOS ESTRUCTURALES EN EL SECTOR PRODUCTIVO. - PRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES EN LA PRACTICA, DE LAS RELACIONES PUBLICAS Y DE LA PUBLICIDAD.	- DERECHO CONSTITUCIONAL - MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD. - ADMINISTRACION DE PERSONAL. - T. V. I. - RADIO I. - PROGRAMACION Y SONORIZACION.	- ESTUDIO DE MERCADO AL SECTOR PRODUCTIVO COMO PRACTICAS ACADEMICAS. - PROMOVER CONFERENCIAS DE EXPERTOS EN AREAS ESPECIFICAS PARA EL SECTOR PRODUCTIVO. - PRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES COMO APOYO A DEPARTAMENTOS DE RELACIONES PUBLICAS O COMO MATERIAL PUBLICITARIO. - ESTUDIOS DE T. V. - ESTUDIOS DE RADIO. - ESTUDIOS DE AUDIO. - DEPARTAMENTOS DE EDICION.

SEPTIMO SEMESTRE

NOMBRE MATERIA: PRODUCCION Y POSTPRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES.

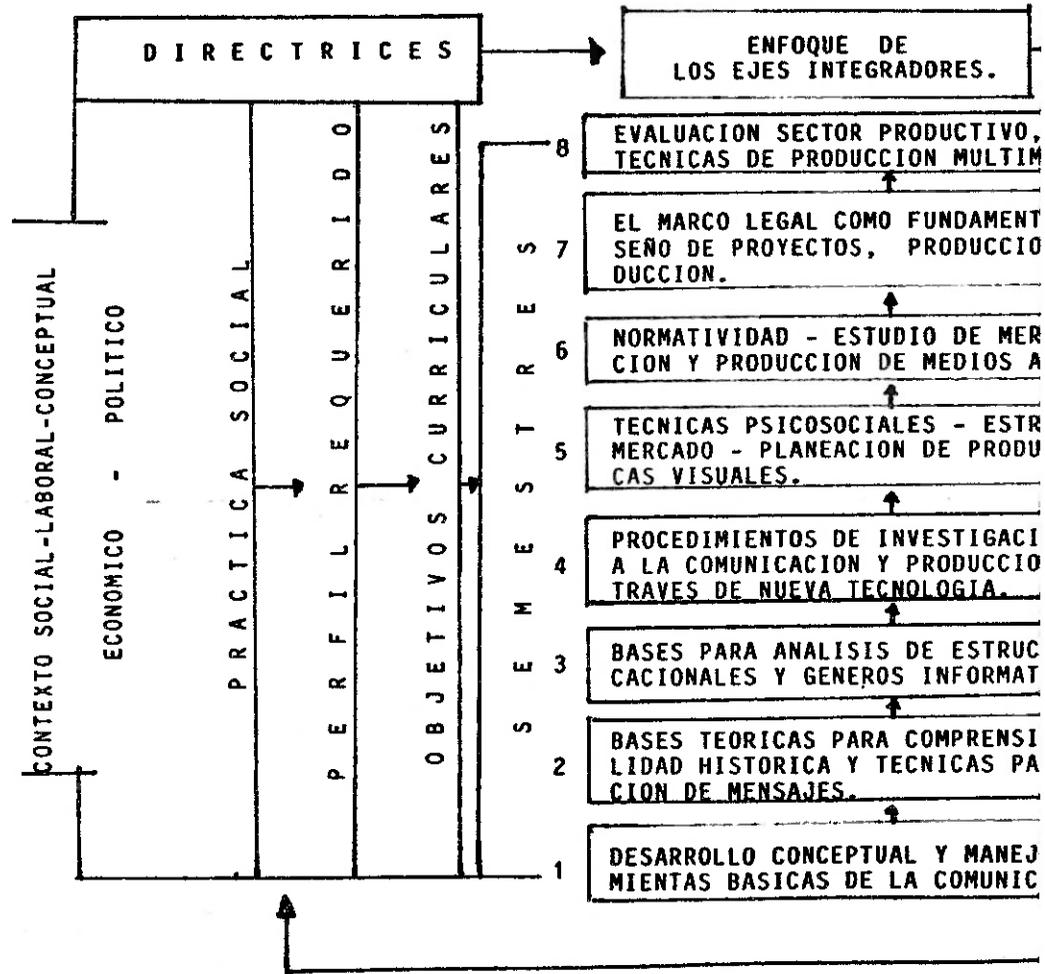
PROPOSITO	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS VINCULADAS	EXPERIENCIAS
- PLANEACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION PARA LOS SECTORES PUBLICO Y PRIVADO, UTILIZANDO ADECUADAMENTE LAS TECNICAS DE PRODUCCION Y POSTPRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES.	- EL CONTEXTO LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS DE COMUNICACION SOCIAL. - PRODUCCION Y POSTPRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES.	- REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS - PLANEACION Y FORMULACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION. - COMUNICACION SOCIAL.  - TELEVISION II. - EDICION. - RADIO II. - CINE.	- ENTREVISTAS AL PERSONAL DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES (EN GRUPO). - ENCUESTAS AL COLEGIO DE ABOGADOS SOBRE EL PAPEL LEGAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION. - REUNIONES, PANELES Y CONFERENCIAS CON DEPTOS. DE PLANEACION Y DESARROLLO PARA EL SECTOR PRODUCTIVO. - DEPTOS. DE PRODUCCION Y POSTPRODUCCION DE TELEVISORAS Y CASAS PRODUCTORAS DE VIDEO. - DEPTOS. DE OPERACION, GRABACION Y EDICION DE RADIO DIFUSORAS Y CASAS DE AUDIO Y MUSICALIZACION. - VISITAR DISTINTAS CASAS DE MARCAS DE PRESTIGIO, PARA EL MANEJO DE NUEVAS TECNOLOGIAS EN AUDIOVISUALES.

OCTAVO SEMESTRE

NOMBRE MATERIA: PROYECTOS, PRODUCCION Y POSTPRODUCCION.

PROPOSITO	BASES CONCEPTUALES	MATERIAS VINCULADAS	EXPERIENCIAS
<ul style="list-style-type: none"><li>- ELABORAR Y APLICAR PROYECTOS DE COMUNICACION VINCULADOS CON LA PLANTA PRODUCTIVA, CON EL OBJETO DE OPTIMIZAR EL LOGRO DE OBJETIVOS A LARGO, MEDIANO Y CORTO PLAZO.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- EL PAPEL DEL DEBER SER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA SOCIEDAD, COMO OBJETO DE ESTUDIO PARA LA INVESTIGACION.</li><li>- MECANISMOS DE AUTOEMPLEO Y EVALUACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION.</li><li>- PRODUCCION MULTIMEDIA.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ETICA CRITICA DE LOS MEDIOS.</li><li>- SEMINARIO DE TITULACION.</li><li>- SEMINARIO DE EMPRESAS DE FORMACION.</li><li>- COMUNICACION ORGANIZACIONAL.</li><li>- COMUNICACION EDUCATIVA.</li><li>- TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL.</li><li>- TALLER DE ANIMACION</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- EXPERIMENTAR ACTIVIDADES LABORALES EN LOS MEDIOS.</li><li>- INVESTIGACION PERIODICA A DISTINTAS FUENTES DE INFORMACION ESPECIALIZADAS, SEGUN LA MODALIDAD DE TITULACION.</li><li>- VISITAS A EMPRESAS.</li><li>- REUNIONES, PANELES Y CONFERENCIAS CON EMPRESARIOS EN SUS CENTROS DE TRABAJO.</li><li>- ESTABLECER CONTACTO CON LOS DISTINTOS DEPTOS. DE COMUNICACION DEL SECTOR PRODUCTIVO.</li><li>- VISITAS A INSTITUCIONES EDUCATIVAS.</li><li>- ENTREVISTAS CON EL SECTOR EMPRESARIAL PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS SOBRE PRODUCTOS AUDIOVISUALES, CON LA FINALIDAD DE PROMOVER LA EMPRESA.</li><li>- PRODUCCION Y POSTPRODUCCION DE UN DIAPORAMA AL SECTOR EMPRESARIAL.</li><li>- PRODUCCION Y POSTPRODUCCION DE VIDEO Y PROGRAMAS RADIODIFUSIVOS O MUSICALES PARA EL SECTOR PUBLICO Y PRIVADO.</li><li>- VISITAS A CASAS PRODUCTORAS DE ANIMACION PARA EL MANEJO</li></ul>

4.- PROCESO ESQUEMATICO DE ESTRUCTURACION PARA L



5.- MAPA CURRICULAR.

1er. SEMESTRE	2do. SEMESTRE	3er. SEMESTRE	4to. SEMESTRE	5to. SEMESTRE	6to.
1.- TEORIA DE LA COMUNICACION.	1-TEORIA DE LA COMUNICACION II.	1.-PROCESOS Y EFECTOS-DE LA COMUNICACION.	1.-ANALISIS DE LA OPINION PUBLICA.	1.- PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION.	1.- D C
2.- FILOSOFIA DE LA COMUNICACION.	2-ESTRUCTURAS SOCIALES Y COMUNICACION.	2.-LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO.	2.-PSICOLOGIA SOCIAL.	2.- ECONOMIA II:	2.- M B
3.- SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION.	3-HISTORIA CONTEMPORANEA.	3.-HISTORIA POLITICA Y ECONOMICA.	3.-ECONOMIA I.	3.- MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.	3.- A P
4.- HISTORIA DE LA CULTURA.	4- TEORIA DEL LENGUAJE.	4.-SEMIOTICA.	4.-GENEROS PERIODISTICOS II.	4.- RELACIONES PUBLICAS.	4.- Y
5.- COMUNICACION ORAL: - ELOCUENCIA Y NARRACION.	5-METODOLOGIA.	5.-METODOLOGIA Y ESTADISTICA.	5.-TALLER DE COMPUTACION.	5.- GUIONISMO.	5.- R
6.- REDACCION I.	6-REDACCION II	6.-GENEROS PERIODISTICOS I.	6.-DISENO GRAFICO.	6.- TALLER DE DISEÑO GRAFICO.	6.- F M
7.- TALLER DE TRADUCCION DE TEXTOS (INGLES I)	7-TALLER DE TRADUCCION DE TEXTOS (INGLES - II).	7.-DIAGRAMADO.	<u>PRACTICA INTEGRADORA</u>	<u>PRACTICA INTEGRADORA.</u>	<u>PRA</u>
8.- FOTOGRAFIA I.	8-FOTOGRAFIA II.	8.-FOTOPERIODISMO.	7.-INVESTIGACION DE LA COMUNICACION.	7.- RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD.	7.- F C E E
<u>PRACTICA INTEGRADORA</u>	<u>PRACTICA INTEGRADORA</u>	<u>PRACTICA INTEGRADORA</u>	8.-COMUNICACION IMPRESA II.		
9.- HERRAMIENTAS BASICAS DE LA COMUNICACION.	9-PRODUCCION DE MENSAJES.	9.-COMUNICACION IMPRESA I.			

6.- VALOR EN CREDITOS.

6.1).- TABLA GENERAL DE VALOR EN HORAS/CREDITO.

	HORAS		H.S.M (*)		CREDITOS	
	TEORIA	PRACTICA	TEORIA	PRACTICA	TEORIA	PRACTICA
PRIMER SEMESTRE	384	160	24	10	48	10
SEGUNDO SEMESTRE	352	176	22	11	44	11
TERCER SEMESTRE	416	144	26	9	52	9
CUARTO SEMESTRE	240	304	15	19	30	19
QUINTO SEMESTRE	240	288	15	18	30	18
SEXTO SEMESTRE	304	224	19	14	38	14
SEPTIMO SEMESTRE	224	304	14	19	28	19
OCTAVO SEMESTRE	96	416	6	26	12	26
SUBTOTAL	2256	2016	141	126	282	126
<b>T O T A L</b>	4,272				408	

(\*) H.S.M. Hora Semana Mes.

6.2).- DESCRIPCION POR SEMESTRE DE HORAS/CREDITOS.

PRIMER SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y C R E D I T O S	
	HORAS TEORIA PRACTICA		H.S.M. TEORIA PRACTICA	CREDITOS TEORIA PRACTICA
1.- TEORIA DE LA COMUNICACION.	64		4	8
2.- FILOSOFIA DE LA COMUNICACION.	64		4	8
3.- SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION.	64		4	8
4.- HISTORIA DE LA CULTURA.	64		4	8
5.- COMUNICACION ORAL: ELOCUENCIA y NARRACION.	32		2	4
6.- REDACCION.	32		2	4
7.- TALLER DE TRADUCCION DE TEXTOS (INGLES I).		64		4
8.- FOTOGRAFIA I.	64		4	8
PRACTICA INTEGRADORA				
9.- HERRAMIENTAS BASICAS DE LA COMU- NICACION.		96		6
SUBTOTALES	384	160	24	10
TOTAL SEMESTRE	544		34	
				58

SEGUNDO SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y		C R E D I T O S	
	TEORIA	HORAS PRACTICA	H.S.M. TEORIA	PRACTICA	TEORIA	CREDITOS PRACTICA
1.- TEORIAS DE LA COMUNICACION II.	64		4		8	
2.- ESTRUCTURAS SOCIALES Y COMUNICACION.	64		4		8	
3.- HISTORIA CONTEMPORANEA.	64		4		8	
4.- TEORIA DEL LENGUAJE.	64		4		8	
5.- METODOLOGIA.	64		4		8	
6.- REDACCION II.		32		2		2
7.- TALLER DE TRADUCCION DE TEXTOS - (INGLES II).		64		4		4
8.- FOTOGRAFIA II.	32	32	2	2	4	2
PRACTICA INTEGRADORA						
9.- PRODUCCION DE MENSAJES.		48		3		3
SUBTOTAL	352	176	22	11	44	11
TOTAL SEMESTRE	528		33		55	

TERCER SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y		C R E D I T O S	
	HORAS TEORIA PRACTICA		H.S.M. TEORIA PRACTICA		CREDITOS TEORIA PRACTICA	
1.- PROCESOS Y EFECTOS DE LA COMUNICACION.	64		4		8	
2.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO.	64		4		8	
3.- HISTORIA POLITICA Y ECONOMICA DE MEXICO.	64		4		8	
4.- SEMIOTICA.	32	32	2	2	4	2
5.- METODOLOGIA Y ESTADISTICA.	64		4		8	
6.- GENEROS PERIODISTICOS.	48		3		6	
7.- DIAGRAMADO.	48		3		6	
8.- FOTOPERIODISMO.	32		2		4	
PRACTICA INTEGRADORA						
9.- COMUNICACION IMPRESA I.		112		7		7
SUBTOTAL	416	144	26	9	52	9
<b>TOTAL SEMESTRE</b>	<b>560</b>		<b>35</b>		<b>61</b>	

CUARTO SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y		C R E D I T O S	
	TEORIA	PRACTICA	H.S.M. TEORIA	PRACTICA	TEORIA	PRACTICA
1.- ANALISIS DE LA OPINION PUBLICA.	32	32	2	2	4	2
2.- PSICOLOGIA SOCIAL.	64		4		8	
3.- ECONOMIA I.	64		4		8	
4.- GENEROS PERIODISTICOS II.	48		3		6	
5.- TALLER DE COMPUTACION.		48		3		3
6.- DISEÑO GRAFICO.	32	32	2	2	4	2
PRACTICA INTEGRADORA						
7.- INVESTIGACION DE LA COMUNICACION.		96		6		6
8.- COMUNICACION IMPRESA II.		96		6		6
SUBTOTAL	240	304	15	19	30	19
TOTAL SEMESTRE	544		34		49	

QUINTO SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y C R E D I T O S			
	HORAS		H.S.M.		CREDITOS	
	TEORIA	PRACTICA	TEORIA	PRACTICA	TEORIA	PRACTICA
1.- PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION.	32	32	2	2	4	2
2.- ECONOMIA II.	48	16	3	1	6	1
3.- MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.	64		4		8	
4.- RELACIONES PUBLICAS.	64		4		8	
5.- GUIONISMO.	32	32	2	2	4	2
6.- TALLER DE DISEÑO GRAFICO.		80		5		5
PRACTICA INTEGRADORA						
7.- RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD.		128		8		11
SUBTOTAL	240	288	15	18	30	18
TOTAL SEMESTRE		528		33		48

SEXTO SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y C R E D I T O S			
	HORAS		H.S.M.		CREDITOS	
	TEORIA	PRACTICA	TEORIA	PRACTICA	TEORIA	PRACTICA
1.- DERECHO CONSTITUCIONAL.	64		4		8	
2.- TALLER DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.	48	48	3	3	6	3
3.- ADMINISTRACION DE PERSONAL.	64		4		8	
4.- TELEVISION I.	48		3		6	
5.- RADIO I.	48		3		6	
6.- TALLER DE PROGRAMACION Y SONORIZACION.	32	32	2	2	4	2
PRACTICA IN TEGRADORA						
7.- PRODUCCION DE AUDIOVISUALES Y MEDIOS IMPRESOS PARA EL AREA DE RELACIONES-PUBLICAS Y PUBLICIDAD.		144		9		9
SUBTOTAL	304	224	19	14	38	14
<b>TOTAL SEMESTRE</b>	528		33		52	

SEPTIMO SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y C R E D I T O S			
	TEORIA	HORAS PRACTICA	H.S.M. TEORIA	H.S.M. PRACTICA	TEORIA	CREDITOS PRACTICA
1.- REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS.	64		4		8	
2.- PLANEACION Y FORMULACION DE COMUNICACION.		64		4		4
3.- COMUNICACION SOCIAL.	32	32	2	2	4	2
4.- TELEVISION II.	32		2		4	
5.- RADIO II.	32		2		4	
6.- CINE.	32		2		4	
7.- EDICION.	32		2		4	
PRACTICA INTEGRADORA						
8.- PRODUCCION AUDIOVISUAL.		208		13		13
SUBTOTAL	224	304	14	19	28	19
TOTAL SEMESTRE		528		33		47

OCTAVO SEMESTRE MATERIAS	H O R A S		Y C R E D I T O S			
	HORAS TEORIA	PRACTICA	H.S.M. TEORIA	PRACTICA	CREDITOS. TEORIA	PRACTICA
1.- ETICA Y CRITICA DE LOS MEDIOS.	32	32	2	2	4	2
2.- SEMINARIO DE TITULACION.		64		4		4
3.- SEMINARIO DE FORMACION DE EMPRESAS - DE COMUNICACION.		64		4		4
4.- COMUNICACION ORGANIZACIONAL.	64		4		8	
5.- PRODUCCION AUDIOVISUAL.		64		4		4
6.- MATERIAS OPTATIVAS: a) TALLER DE LOCUCION. b) TALLER DE ANIMACION. c) COMUNICACION EDUCATIVA.		96		6		6
PRACTICA INTEGRADORA.						
7.- FORMULACION Y DESARROLLO DE PROYEC- TOS DE COMUNICACION		96		6		6
SUBTOTAL	96	416	6	26	12	26
TOTAL SEMESTRE		512		32		38

## 7.- Evaluación.

### 7.1.- Principios teóricos:

Se debe reconocer que es prácticamente imposible efectuar una evaluación curricular total, pues las relaciones del plan de estudios son históricas y de múltiple conformación, por lo que es necesario el establecimiento de límites y la determinación de qué aspecto del curriculum se está evaluando.

Precisamente la temporalidad de la práctica curricular, hace que solamente un fragmento de ella sea aprehensible, de ahí que la precisión del objeto por evaluar opera más bien en el plano de lo posible que en el de lo necesario.

Aun así debe considerarse que la evaluación tiene un carácter integral, sistemático, continuo y participativo, por involucrar en el proceso de su desarrollo a diversos actores: alumnos, maestros, autoridades, empleadores y grupos sociales destinatarios de los servicios de los egresados.

La evaluación que se efectue durante el proceso tiene un fin formativo, deberá constituirse en el instrumento idóneo, para una toma de decisiones oportunas, acertivas y fundamentadas, que permitan redetener los caminos en la formación del comunicador social.

Desde luego que para fines de eficacia es necesario considerar la evaluación en su carácter acumulativo, lo cual nos permitirá valorar la pertinencia social de este tipo de profesionista.

La evaluación puede dirigirse a investigar, la validez interna y externa, la eficacia y eficiencia del plan de estudios.

Para valorar precisamente internamente al curriculum Glazman e Ibarrola (1) toman como base cinco criterios o cualidades que debe reunir: congruencia, viabilidad, continuidad, integración e vigencia.

Ademas es importante considerar índice de deserción, reprobación, acreditación y promedio generales por materias/áreas de estudio así como el rendimiento académico del docente.

(1) Glazman Raguel, Ibarrola M.- Diseño de Planes de Estudio. p. 67

## 7.2.- Tipos de Evaluación del Plan de Estudios de la Carrera de Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación.

### a).- Evaluación por materia:

- Cada materia constará de un mínimo de 2 exámenes objetivos parciales, los cuales deben coincidir con contenidos y el nivel de complejidad acorde a sus propósitos.
- Un examen final, que dé cuenta de las características de las evaluaciones parciales.
- Índice de aprobación, reprobación y promedio general final.
- Evaluación cualitativa de los estudiantes en cuanto a: Logro de objetivos, contenidos, medios audiovisuales, experiencias de aprendizaje, exámenes, bibliografía, en relación al docente: dominio de los temas, del grupo: compromiso e interés, aprovechamiento del tiempo, manejo y dominio de técnicas pedagógicas (este tipo de evaluación deberá realizarse sin solicitar nombre).
- Los resultados de esta evaluación serán concentrados por el secretario académico, quien junto con el director y el docente en cuestión determinarán las pautas de acción para el mejoramiento.
- Estos mismos resultados se analizarán en la academia constituida por los docentes del semestre, para efectuar los cambios programáticos necesarios.

### b).- Evaluación por semestre:

- Los integrantes de las materias del semestre junto con representantes alumnos y secretario académico, se reunirán un mínimo de 2 ocasiones para evaluar avances programáticos y realizar los ajustes y reforzamientos necesarios para eficientizar el proceso Enseñanza-Aprendizaje.
- Al final del semestre realizarán una evaluación a cumulativa de los resultados de los programas, congruencia con objetivos curriculares con ejes integradores, con prácticas integradoras, con marco conceptual, entre las diversas materias del semestre, con el propósito de realizar los ajustes necesarios en las diferentes materias en cuestión y para articular el semestre siguiente.

### c).- Vinculación semestre-semestre.

- Se reunirán academia de semestre que finaliza y el que inicia, con el objeto de dar a conocer resultados, proponer y acordar estrategias para operar, evaluar y vincular semestres que siguen.

d).- Evaluación Integral Acumulativa del Plan de Estudios.

- Deberá existir un comité que llevará a efecto la coordinación de una evaluación continua, formativa y acumulativa para investigar congruencias interna y externa del curriculum.
- El comité estará formado por el director, el secretario académico, un representante alumno por grupo y un representante maestro por cada semestre.
- Deberá diseñar un proyecto específico que permita sistematizar, las evaluaciones por materia, por semestre y semestre-semestre e integrar un proceso para vincular resultados de evaluación interna con la investigación de la congruencia externa del plan de estudios.
- El proyecto deberá estar formulado a mas tardar dos meses después de la puesta en marcha de este plan de estudios.

7.3.- Proceso básico para el diseño del Proyecto de Evaluación.

- Se sugiere especificar el tipo de evaluación:
  - a) por materia b) por semestre c) semestre-semestre d) congruencia externa.
- Planear un proceso integral entre los tipos de evaluación a efectuar que son los señalados anteriormente.
- Seguir por tipo de evaluación el siguiente proceso:
  - Elección tipo de evaluación.
  - Selección de Variables.
  - Determinación de indicadores.
  - Construcción de Instrumentos.
  - Recolección de información.
  - Análisis y reconstrucción de los resultados.
  - Elaboración de Diagnóstico.
  - Propuestas de cambio-ajustes.

Bibliografía:

- Diaz Barriga Angel.- Ensayos sobre problemática curricular.- Edit. Trillas.- México 1991.
- Modelo Metodológico para el Desarrollo Curricular. I.P.N.- México 1988.

## VI.- DEL INGRESO.

### 1.- PERFIL DEL ESTUDIANTE.

Con el propósito de facilitar la formación Teórico-Práctica del estudiante de Ciencias de la Comunicación, el aspirante a esta carrera debe reunir los requisitos siguientes:

#### 1)- Requisitos de tipo administrativo:

- a)- Estudios de Bachillerato en el área de Humanidades, concluido.  
Los demás requisitos que marca la Universidad Veracruzana.

#### 2)- Requisitos de tipo académico:

La Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación recibe a jóvenes egresados del bachillerato del ciclo de Enseñanza Media Superior, del sistema Estatal y Federal, provisto de los conocimientos generales establecidos en dichos Planes y Programas.

NOTA: Para establecer el criterio anterior, y determinar el grado de conocimientos con que egresa el bachiller, se procedió a clasificar las materias formativas útiles para el trabajo del comunicador. Se encontraron 4 áreas específicas:

TRONCO COMUN: Integrado por 33 materias de las cuales 20 guardan relación directa con el Plan de Estudios de la carrera de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, lo que arroja un 60.6% de materias de apoyo.

AREA DE HUMANIDADES: Integrada por 6 materias de las cuales 4 apoyan el plan de Estudios de la carrera y representa un 83.3%.

AREA DE CAPACITACION PARA EL TRABAJO: Integrada por 2 materias y 3 opciones Tecnológicas. Estas Materias apoyan a la formación del comunicador.

ACTIVIDADES DE ORIENTACION: Contribuye con 2 materias a que el aspirante a comunicador logre sus objetivos de formación previa.

En Conclusión, el egresado del bachillerato de la DGEM, del Area de Humanidades, reúne características aceptables PARA SU INGRESO A LA CARRERA.

#### 3)- Habilidades del aspirante:

- a)- De expresión oral y escrita.
- b)- Para identificar los procesos básicos en el proceso de la comunicación.

- c)- De aplicación de los principios básicos de gramática y ortografía.
  - d)- Para trabajar con los principios metodológicos de la investigación en ciencias sociales.
  - e)- Para analizar y criticar contenidos de Comunicación Social.
  - f)- Capacidad de observación y análisis.
- 4)- Actitudes del aspirante:
- a)- De responsabilidad.
  - b)- De iniciativa.
  - c)- De liderazgo.
  - d)- De reflexión.
  - e)- De trabajo en equipo.
  - f)- De crítica Racional.
  - g)- De manejo adecuado de equipo electrónico.

## 2.- REQUISITOS.

Tomando en consideración que la Escuela de Iniciación ha desaparecido, los requisitos de ingreso a la -  
carrera de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, a partir del nuevo Plan de Estudios, serán los siguientes:

- a)- Aprobar el examen de selección.
- b)- Certificado de Secundaria y Certificado de Bachillerato del Area de Humanidades (deberán estar revalidados tratándose de documentos expedidos por escuelas independientes o no incorporadas a la Dirección General de Enseñanza Media del Estado).
- c)- Carta de Buena Conducta.
- d)- Copia Certificada del Acta de Nacimiento.
- e)- Seis fotografías tamaño infantil.
- f)- Pago del Arancel fijado por la Universidad.
- g)- Pago de la cuota fijada por la H. Junta Académica de la Facultad.

REQUISITOS LEGALES QUE DEBE CUMPLIR EL ESTUDIANTE EN LA CARRERA.

Los requisitos legales que el estudiante debe cumplir durante la carrera están contenidos en los capítulos III de los alumnos, Artículos 59, 60, 61, 62 y 63; así como los ordenamientos derivados del Capítulo II de las Infracciones y Sanciones comprendidas en el artículo 74, Fracción III., de la Ley Orgánica de la Universidad Veracruzana.

## VII.- DEL SERVICIO SOCIAL.

El servicio social será una vez cubierto el proceso de liberación estipulado dentro de la U. V., requisito previo para la Titulación.

Es parte del curriculum, debe considerarse como un punto necesario de aclarar dentro de su proceso de planeación.

No será substituido por las prácticas integradoras que forman las experiencias de aprendizaje formalizadas dentro del plan de estudio.

Debe constituir una experiencia final totalizadora del proceso de aprendizaje, que a la vez que consolida, dé apertura a una práctica profesional independiente, pues representará una oportunidad de autonomía respaldada por la institución educativa; sus propósitos serán:

- Consolidar la formación profesional del Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación.
- Favorecer la independencia del estudiante.
- Ofrecer un espacio de asesoría, que le permita al pasante dirigir su práctica con autoresponsabilidad de acuerdo a los principios éticos, conceptuales y sociales que se promueven dentro de la profesión.

Se requiere de un Coordinador del Servicio Social, el cual:

- Domine la planeación curricular y el plan de estudios de la carrera.
- Tenga cursos de investigación científica.
- Tenga cursos de actualización recientes en las diferentes áreas de la carrera.
- Tenga cuando menos 5 años de experiencia profesional, en más de dos medios de la práctica social.

Deberá elaborar un proyecto claro y específico del Servicio Social, que incluya como mínimo:

- Objetivos.
- Requisitos para efectuarlo.
- Espacios laborales contactados para el Servicio Social.
- Medios de Control.
- Programas a Desarrollar
  - Ambito profesional.
  - Elaboración de Tesis
  - Investigación. etc.
  - De asesoría
- Informes periódicos.
- Productos.
- Evaluación.
- Requisito para liberación.

## VIII.- PARA TITULACION.

### 1.-GRADO Y TITULO.

El grado que otorga la Facultad es de Licenciatura. El Título es de Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Para obtener el grado y Título respectivo se requiere haber aprobado en su totalidad las materias del Plan de Estudios vigente y tener liberado el Servicio Social. Presentar una carta de no antecedentes penales y otra de buena conducta. Constancia de no tener adeudos con la Universidad Veracruzana así como haber presentado un trabajo recepcional en el marco de las diversas modalidades que para tal efecto ofrece la Universidad, incluida la Titulación por promedio, que exime al alumno de la responsabilidad del examen final de grado.

### TITULACION DE EGRESADOS.

Siguiendo con los lineamientos de la Universidad Veracruzana, los egresados de la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, podrán obtener su Título Profesional en las MODALIDADES siguientes:

- a)- Obtención del Título Profesional por Promedio de 9 de calificación mínima, a todos aquellos que hayan aprobado con carácter ordinario y con promedio de calificación de 9 como mínimo, todas las asignaturas y talleres que se han establecido en el Plan de Estudios vigente.
- b)- Obtención del Título Profesional mediante trabajos escritos en alguna de las MODALIDADES siguientes: Tesis, Tesina, Monografía, Reporte y Memoria.
- c)- Obtención del Título Profesional mediante las MODALIDADES de trabajos prácticos: Científico, Técnico, Educativo.
- d)- Obtención del Título Profesional mediante la acreditación de asignaturas, talleres o laboratorios equivalentes a 50 o más créditos en cursos de especialización a nivel de posgrado.
- e)- Obtención del Título Profesional mediante la acreditación de más de 50% de un curso de Maestría, y
- f)- Obtención del Título Profesional mediante la elaboración colectiva de trabajos receptorales considerados inter o multidisciplinarios.

2.- EXAMEN PROFESIONAL.

REQUISITOS:

- a)- Fotocopia Certificada de los Certificados de Secundaria y Preparatoria. (Deberán estar revalidados tratándose de documentos expedidos por Escuelas independientes o no incorporadas a la Dirección General de Enseñanza Media del Estado).
- b)- Certificado de Estudios Profesionales.
- c)- Carta de Buena Conducta.
- d)- Liberación del Servicio Social.
- e)- Fotocopia de la Cartilla del Servicio Militar Nacional, tratándose de varones.
- f)- Copia Certificada o Fotocopia del Acta de Nacimiento.
- g)- Presentación del dictamen de la H. Junta Académica.
- h)- Cubrir los aranceles por derecho a examen y por el paquete de documentos expedido por la Facultad de -- Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana.

## IX.- PERFIL DEL DOCENTE.

### 1.- CARACTERISTICAS.

El perfil profesional del docente conjunta la integración de características académicas y de experiencia profesional que demanda la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, refleja las exigencias del mercado ocupacional en términos de los requisitos que definen las habilidades, funciones, actividades, rasgos de personalidad y nivel de preparación inherentes al desempeño profesional.

La importancia que los maestros de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación tienen en la formación de los futuros profesionales, y por la diversidad de funciones que desempeñan, se hace imperativo que el docente:

- a)- Posea una sólida formación Teórica-Práctica.
- b)- Entienda a la docencia como función sustantiva de la Universidad, en la que se propicie el vínculo, entre la Enseñanza-Aprendizaje y el contexto Socio-Histórico, dinámico y cambiante en el ámbito de la comunicación.
- c)- Adopte una postura crítica y autocrítica respecto a su papel como promotor del cambio., comprometido con los problemas que plantea su práctica profesional.
- d)- Desarrolle una actitud enfocada a:
  - \* El Estudio de su propia situación como docente,
  - \* La resolución de problemas de enseñanza, y
  - \* La actualización permanente en su disciplina.

Que le permitan evaluar y/o solucionar los problemas que se le planteen en las diversas áreas de conocimiento, (Formación, Planeación, Investigación y Producción).

Asimismo, dentro del perfil didáctico-Metodológico, se requiere que el docente tenga habilidades profesionales para programar, planificar, organizar, dirigir, Ejecutar y Evaluar el proceso Enseñanza-Aprendizaje., no solo por ser docente, sino por constituir la docencia la esencia misma de su función, por tanto, deberá saber:

Planear su curso, seleccionando cuidadosamente los objetivos de aprendizaje, contenidos, actividades de enseñanza, material didáctico y formas de evaluación.

Conciliar intereses individuales y grupales dentro del aula.

Manejar y seleccionar información complementaria afín a la carrera y a su materia (amplia cultura General).

Plantear problemas que desarrollen la capacidad crítica y creadora de los alumnos.

Atender y resolver problemas de adaptabilidad y de diferencias individuales de los alumnos.

Identificar la problemática individual y grupal promoviendo la cohesión mediante dinámicas que armonizen las tareas del aula.

Por otro lado, el perfil Científico-Técnico, está conformado por las condiciones del entorno académico-Laboral que favorece el desempeño docente. De igual modo, el docente debe:

Asistir a cursos de actualización y mejoramiento Profesional.

Contar con una antigüedad docente superior a dos años en otras instituciones como experiencia.

Vincular la docencia con la investigación.

## 2.- ACTUALIZACION PARA LOS DOCENTES YA CONTRATADOS.

Una vez aprobado el Plan de Estudios, es necesario darlo a conocer a todo el personal docente contratado y capacitado en la aplicación del mismo, para ello, es conveniente que los profesores participen en un seminario de diseño curricular, en el cual recibirán la orientación pedagógica adecuada para facilitar el proceso de cambio.

Asimismo la modificación del Plan de Estudios implica la supresión de algunas materias y la creación de otras, por lo que es recomendable capacitar a los maestros que tengan que ser reubicados, de acuerdo a las nuevas asignaturas. Esto con el fin de apoyar la etapa de transición y garantizar de esta manera el cumplimiento de las metas establecidas.

Se recomienda en primer término hacer un diagnóstico de la situación de cada docente, en relación al perfil requerido en este Plan de Estudios y de acuerdo a esto proporcionarle espacios para actualización profesional y pedagógica, que realmente necesite, así como asesoría y apoyo para involucrarse en la puesta en marcha del Plan aprobado.