

15



**Justificación Licenciatura en Ciencias
de la Comunicación.
Presentada al Colegio Académico
en la sesión 288**

Mayo 2007



**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA**
Unidad Cuajimalpa



División
Ciencias de la
Comunicación y
Diseño

División de Ciencias de la Comunicación y Diseño

JUSTIFICACIÓN

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



**Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa**

Mayo de 2007


CASA ABIERTA AL TIEMPO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

PRESENTADO AL COLEGIO ACADÉMICO
EN SU SESIÓN NUM. 288

PRESENTACIÓN

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, significa para la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño de la Unidad Cuajimalpa, el primer elemento de la construcción de un proyecto educativo de formación universitaria que abarcará los niveles de licenciatura y posgrado, el cual se inscribe en el marco definido por:

- Los propósitos y políticas institucionales de la Universidad Autónoma Metropolitana para la creación de la Unidad Cuajimalpa, que incluye la tradición académica edificada por la UAM en treinta años de desarrollo institucional.
- Los enfoques sobre el desarrollo curricular en la cimentación inicial de la organización académica de la Unidad, y el proceso de integración de sus comunidades académicas.
- La evolución y tendencias de las prácticas sociales y laborales de la comunicación, que abarcan múltiples campos profesionales en constante transformación.
- La evolución de las teorías científicas sobre la comunicación e información y sus principales modelos de investigación en el campo interdisciplinario de las ciencias de la comunicación.
- La creciente convergencia tecnológica que impacta de forma directa, al conocimiento de las ciencias de la comunicación en su desarrollo como tecnociencias, así como a los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes.
- El conjunto de conocimientos y perspectivas que se ponen en juego para la construcción curricular de un programa académico, y que constituyen un momento fundacional de alta complejidad para la definición del proyecto institucional.

El proceso de diseño del Plan de Desarrollo Divisional, incluye la definición de las líneas de investigación que constituyen los ejes que articulan las relaciones entre los campos de la comunicación, el diseño y las tecnologías de la información. En ese contexto, esta licenciatura en conjunto con la estructura de posgrados y las líneas de investigación, orientará el trabajo del Departamento de Ciencias de la Comunicación, por lo menos durante sus primeros años.

Cabe señalar, que el diseño de esta propuesta educativa busca ampliar, complementar y fortalecer la oferta que en este campo de estudios ya se imparte en nuestra Universidad y que,

desde distintos puntos de vista, se reconoce como un referente importante en el desarrollo de la enseñanza de la comunicación en el país.

Finalmente, los documentos que se presentan, responden a lo señalado en el Reglamento de Estudios Superiores de nuestra Universidad, (título quinto, artículo 30, fracción I a VIII) en lo relativo a la elaboración de propuestas de planes y programas de estudio; constituyen el resultado del trabajo de la Comisión Académica para el diseño del Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que pone a discusión y somete a los órganos colegiados correspondientes la propuesta para su aprobación.

I LA RELEVANCIA SOCIAL Y ACADÉMICA DEL PLAN DE ESTUDIOS Y DE SUS OBJETIVOS GENERALES

La dimensión de los cambios y transformaciones que en todos los ámbitos de la vida caracterizaron al siglo XX y que, sin duda, marcaron el rumbo de nuestro siglo XXI, constituye el centro sobre el que debemos repensar el futuro de nuestra Universidad. Su carácter público y compromiso social nos obliga a procurar el diseño de una oferta educativa que responda a las necesidades de la sociedad, a los problemas nacionales y a las condiciones del desenvolvimiento histórico, tal como lo establece la Ley Orgánica.

La Universidad Autónoma Metropolitana, una institución de alto nivel académico, cuenta con más de 100 mil egresados de licenciatura y posgrado, un número superior a 4 mil académicos (de los cuales más del 84% son de tiempo completo), más de 60 programas de licenciatura y una amplia oferta de posgrados. A más de tres décadas de su fundación decide crear su cuarta unidad.

La creación de la Unidad Cuajimalpa, es una conclusión estratégica de la evaluación de los primeros treinta años de la Universidad y forma parte de la prefiguración de las formas futuras de nuestra Institución. La UAM es un sistema con historia, con amplia trayectoria académica, con un marco institucional y con grupos académicos consolidados. La cuarta Unidad recoge la experiencia acumulada del desarrollo científico y tecnológico de los últimos treinta años, sus programas educativos se proponen anudar conocimiento de frontera, ciencia y tecnología en las áreas emergentes de la tecnociencia con el propósito de constituirse como un polo de desarrollo científico.

De esta manera, asume compromisos que deben expresarse claramente tanto en el diseño de su oferta educativa, como en el conjunto del desarrollo de sus funciones sustantivas. Sus propósitos institucionales implican asegurar una formación integral adecuada a las demandas de los campos profesionales, con competitividad en los mercados laborales y, al mismo tiempo, exige a sus egresados desempeñarse con una perspectiva crítica y humanista ante los problemas que requieren de su intervención, desarrollando una práctica profesional que atienda a las necesidades de redistribución de la riqueza, mejoría en la calidad de vida de la sociedad y en general, que contribuya con el desarrollo del país. La División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, junto con la División de Ciencias Naturales e Ingeniería constituyen nuevos espacios organizativos y contribuyen al proceso de innovación y diversidad de la estructura universitaria.

La División de Ciencias de la Comunicación y Diseño se concibe como un campo de convergencia de ambas disciplinas, en el que la evolución de sus tradiciones científicas transcurre a la luz de complejos sistemas tecnológicos que ejercen una función estructurante en la organización de la sociedad y el nuevo orden mundial. Por ello, sus departamentos académicos -Ciencias de la Comunicación, Teoría y Procesos del Diseño y Tecnologías de la Información- conforman espacios que tienen entre sus objetivos constituirse en núcleos amplificadores del análisis, interpretación, uso y desarrollo de las tecnologías de información como instrumentos centrales para el desarrollo de amplios procesos de comunicación y educación, de organización de la cultura y de construcción de identidades.

El desarrollo de flujos transnacionales de información, mensajes y conocimiento por múltiples redes digitales ha permitido la confluencia entre información y complejidad, proceso que a su vez codetermina la emergencia de diversas formas y procesos de organización sociocultural.

En este contexto, la creación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación pretende atender a las necesidades de la formación de profesionales que:

conscientes del valor estratégico de la comunicación en el contexto de la sociedad del conocimiento y la cultura digital, capaces de diseñar, producir, analizar y evaluar mensajes y estrategias comunicativas; para que, desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y orientada por el análisis de las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales del país, coadyuven al desarrollo de los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes en las organizaciones, la educación, la divulgación de la ciencia y la política.

Relevancia social

La zona de influencia de la Unidad Cuajimalpa contempla el poniente del Distrito Federal y su colindancia con el Estado de México. Esta zona comprende las delegaciones Álvaro Obregón, Magdalena Contreras, Cuajimalpa de Morelos y Miguel Hidalgo, y algunos municipios como Huixquilucan, Lerma, Ocoyoacac y Naucalpan de Juárez.

Según el *Censo de Población y Vivienda* 2000, el nivel de educación superior para esta región del país, que considera la cohorte poblacional de 19 a 24 años, presenta las siguientes características:

Cuadro 1
Población sin educación superior en la
Zona Poniente del Valle de México y Municipios colindantes (2000)

Distrito Federal			
Delegación	Población total	Población (19-24 años) Sin instrucción superior	% Población (19-24 años) sin instrucción superior
Álvaro Obregón	81 089	64 025	79%
Cuajimalpa	17 801	14 172	79%
Magdalena Contreras	26 326	21 727	82%
Miguel Hidalgo	39 373	27 224	69%
Total	164 589	127 148	77%
Municipios colindantes con la zona poniente del Distrito Federal			
Huixquilucan	23 606	19 554	83%
Lerma	11 561	10 378	90%
Naucalpan de Juárez	107 983	88 648	82%
Ocoyoacac	5 949	5 172	87%
Total	149 099	123 752	83%
Total zona poniente y municipios	313 688	251 500	80%

Fuente: XII Censo de Población y Vivienda (2000).

El Cuadro 1 muestra los datos de la población total por delegación y/o municipio de la zona de influencia de la Unidad Cuajimalpa. Para las cuatro delegaciones del Distrito Federal, de 164,589 personas en edad de 19 a 24 años, sólo 37,441 cursan estudios de nivel superior; es decir, el 77 por ciento de la población total no recibe educación superior. En el caso de los cuatro municipios del Estado de México, las cifras son similares; de 149,099 personas en el mismo rango de edad, sólo 25,247 cursan el nivel superior; lo que significa que 83 por ciento no lo hace.

Prácticamente en las cuatro delegaciones y los municipios colindantes con el Distrito Federal, el promedio de personas que no reciben instrucción en el nivel superior es del 80 por ciento. Este comportamiento tiene múltiples causas de carácter económico y social. Por esto, es importante destacar la situación actual sobre la oferta educativa establecida en la región.

Según datos del INEGI, en el año 2000, en la delegación Miguel Hidalgo, el 48 por ciento de la población entre 19 y 23 años se situaba en el nivel socioeconómico bajo; en los municipios del Estado de México, 64 por ciento se ubicaba en el mismo nivel, y en las delegaciones Álvaro Obregón y Cuajimalpa de Morelos, 70 por ciento (www.inegi.mx).

Resulta evidente la situación de inequidad para los jóvenes pertenecientes a las familias de ingresos medios y bajos que viven en el poniente de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM). Situación particularmente delicada si se considera que el poniente se ha convertido en la zona de la metrópoli con mayor desarrollo urbano de alto nivel económico, caracterizado por la presencia creciente de instalaciones corporativas de grandes empresas; la concentración empresarial, de servicios y el desarrollo de conjuntos habitacionales de niveles medio y alto ha transformado a la zona en un polo de desarrollo urbano moderno y dinámico, pero al mismo tiempo con grandes desigualdades socioeconómicas.

En este contexto, el plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación adquiere relevancia no solamente porque amplía la cobertura de una población que cuenta con limitadas opciones educativas, sino también porque atiende a un campo que requiere de profesionales que se inserten en los espacios que se abren como resultado de la evolución y convergencia en que se encuentran los sistemas de comunicación, las telecomunicaciones y las redes sociales.

Actualmente los complejos sistemas tecnológicos de información y comunicación ejercen una función estructurante en la organización sociocultural y el nuevo orden mundial. Esto es resultado de la interacción en distintos niveles, de la evolución de las tradiciones científicas y el proceso de cambio tecnológico. Dicha interacción ha significado una recomposición del espacio de las ciencias de la comunicación.

Con el surgimiento de la Internet y la expansión de las redes de información se abre una nueva fase en el desarrollo de la comunicación, sus procesos y sus sistemas, de aquí la relevancia de construir una propuesta educativa que atienda a la necesidad de formación de profesionales en áreas emergentes del campo profesional de la comunicación.

Finalmente, los datos sociales aquí presentados revelan que una porción significativa de la población joven del Distrito Federal y del Estado México carece de instrucción superior. Esta falta en algunos casos es atribuible a una decisión personal pero en otros podría atribuirse a la escasez de programas de estudios atractivos para los jóvenes.

La relevancia social de este plan se sustenta en el objetivo de atender a la población que demanda acceso a educación superior, y en abatir los altos niveles de población entre los 19 y 24 años de edad que carecen de la misma. Estos datos se verán reforzados con el análisis de la demanda que se presenta más adelante.

II LA PERTINENCIA TEÓRICO-PRÁCTICA DE LA ESTRUCTURA CURRICULAR DEL PLAN Y DE SUS OBJETIVOS

La estructura curricular del plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación está diseñada con el objetivo de cubrir aspectos académicos que no suelen ser abordados en la mayoría de los planes ofrecidos por instituciones públicas y privadas del país.

La incorporación del estudio de la comunicación en las organizaciones, en la política, en las ciencias, en los sistemas abiertos y en la divulgación científica, satisface el requerimiento de flexibilidad, el cual permite al alumno orientar su educación hacia intereses más definidos y específicos, dentro de su propio campo de estudio.

La pertinencia de la estructura aquí propuesta se sustenta en las áreas de especialización señaladas previamente, y descritas en el contenido de este apartado, en tanto éstas han sido diseñadas como una oferta novedosa para los estudiantes (oferta que de otra forma tendrían que satisfacer en estudios posteriores, que suelen tener una orientación diferente a la del campo de la comunicación), así como una formación integral con amplio potencial de desarrollo laboral.

Construcción del campo de la comunicación en América Latina

El campo de estudios de la comunicación se establece como resultado del desarrollo de los medios de comunicación en la conformación de la opinión pública y su papel estratégico desde la segunda mitad del siglo XX; con la participación de diferentes disciplinas como psicología, economía, ciencia política, administración y de la cultura en general.

Después de la II Guerra Mundial, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) puso particular atención en el trabajo de las escuelas de periodismo, así como en la práctica profesional desarrollada entonces. La influencia de los medios de comunicación impresos, el incremento de empresas radiofónicas y la llegada de la televisión, propicia la organización, en 1956, de la Primera Reunión Internacional de expertos en la enseñanza del Periodismo en París, y como uno de sus resultados se funda en 1959 el Centro Interamericano de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).

Entre sus objetivos estaba la homologación de la práctica periodística, por lo que se emprendieron acciones encaminadas a unificar los criterios de enseñanza del periodismo y de la comunicación. Destacan, por ejemplo, las becas ofrecidas por la Organización de Estados Americanos (OEA); la traducción y edición de textos de autores como Wilbur Schramm, Danton Jobin, Jakes Godechot, Gerard Meletzke, Scout Cutlip, Antonio García, Juan Díaz Bordenabe, Joffre Dumazedier, Jacques Leanté, Weley Clausse, Raymond Nixon, Wanning Seil, entre otros pensadores de la comunicación en Europa y Estados Unidos, en las décadas de los cincuenta y sesenta (López, 2004).

Mediante la organización de seminarios, cursos, congresos, producción de folletos, edición bibliográfica e intercambios académicos, CIESPAL definió líneas de investigación y políticas educativas para las escuelas de comunicación: orientación académica, programas educativos, métodos de enseñanza y bibliografía. Las actividades se concentraron en la necesidad de formar un profesional que fuera capaz de impulsar el desarrollo del campo comunicativo, subyugado por los empresarios dueños de los medios (Gargurevich, 1990; CIESPAL, 2006).

Así, el proceso de institucionalización de la educación y la formación de profesionales en el campo inició con las escuelas de periodismo en La Plata, Argentina (1934); Cuba (1940) y México (Universidad Femenina, 1943; Escuela de Periodismo Carlos Septién García, 1949; UNAM, 1950; y Universidad Veracruzana, 1954). Sin embargo, es hasta 1965 que las medidas adoptadas resultaron en la definición de una carrera con duración promedio de 4 a 5 años, posteriores al bachillerato; estudios universitarios ubicados en escuelas o facultades de ciencias sociales; planes de estudio que abarcaran formación humanística a la vez que técnica, y cambio del nombre de la profesión por el de Ciencias de la Comunicación (Andión, 1991; Fuentes Navarro, 1990).

En 1966 el CIESPAL, el Consejo Superior Universitario Centroamericano y la Universidad de Nicaragua, elaboraron un plan tipo como una condensación de sus expectativas en la formación del profesional de la comunicación. La crítica de investigadores y universitarios del campo, particularmente de los europeos, se enfocó a la clara influencia del paradigma estadounidense, basado en la visión desarrollada por Lasswell y Schramm. CIESPAL se aseguró de que las escuelas de comunicación en América Latina se sumaran a su perspectiva. Pasarían 14 años antes de que los investigadores en el continente argumentaran contra el rol jugado por CIESPAL y su perspectiva sobre el campo comunicativo.

En su camino hacia la institucionalización como campo de investigación y enseñanza en América Latina, los estudios de comunicación -en particular su vertiente de análisis

informativo- han atravesado, según señala Javier Esteinou (2002), por diversos momentos de acuerdo con las tendencias que han marcado su desarrollo: la fase clásico humanista (1900-1945), la fase científico-teórica (1945-1965) y la fase crítico-reflexiva (1965-1984). Estas tendencias quedaron en manos de investigadores de disciplinas diversas y su desempeño multiplicó las estrategias de aproximación a la oferta educativa en el campo de la comunicación en México.

La primera licenciatura en comunicación en México surgió en la Universidad Iberoamericana (1960), con el nombre de “Ciencias y técnicas de la información”. Su objetivo era la formación de un individuo reflexivo, comprometido con su época, capaz de poner su conocimiento al servicio de la sociedad, respetando los valores de la comunidad humana (www.uia.mx). Tras la aparición de la carrera en la Universidad Iberoamericana (UIA), se abrieron en cascada múltiples carreras en otras Instituciones de Educación Superior (IES) debido a la amplia demanda. Su éxito se debió, entre otros factores, al desarrollo de diversas prácticas profesionales congregadas bajo un mismo nombre.

En las década de los setenta y ochenta el sistema de educación superior en México —al igual que en América Latina— sufrió cambios a raíz de la amplia cobertura de la educación básica y media. El aumento paulatino de la matrícula, la incapacidad de las IES para responder a la demanda y la aparición de las nuevas carreras ocasionó el surgimiento de instituciones de educación privada de bajo presupuesto en todo el país.

Oferta educativa

Existen en el país 373 instituciones de nivel superior que imparten licenciaturas como Ciencias de la Comunicación, Ciencias de la Información, Medios Masivos de Comunicación, Periodismo y Comunicación Colectiva, Comunicación Social, Ciencias y Técnicas de la Comunicación, entre otras 56 denominaciones diferentes, para más de 64 mil estudiantes - equivalente al 3.5 por ciento del total de estudiantes de licenciatura del país, de los cuales alrededor del 40 por ciento estudian en el Distrito Federal y el Estado de México- (Fuentes, 2005).

La distribución de las escuelas de comunicación en el país no es homogénea, pues se ubican principalmente en áreas urbanas y en ciudades como el Distrito Federal y la zona metropolitana; el centro y norte del país, especialmente Jalisco, Nuevo León, Chihuahua, Sonora y Sinaloa. Sólo estos estados agrupan al 50.3% de la matrícula nacional en educación superior (www.inegi.gob.mx).

Si se considera que la zona de influencia de la Unidad Cuajimalpa está constituida por las delegaciones Miguel Hidalgo, Cuajimalpa, Álvaro Obregón, en el Distrito Federal, y los municipios de Huixquilucan y Naucalpan, en el Estado de México, para el 2003, según datos de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), existían en la región 40 instituciones, dos públicas y 38 privadas. En el Cuadro 2 se indican las instituciones por delegación y municipios colindantes.

Cuadro 2
Oferta educativa zona poniente y municipios colindantes

Distrito Federal		Estado de México	
Institución	Matrícula (2003)	Institución	Matrícula (2003)
Miguel Hidalgo		Huixquilucan	
Instituciones privadas		Instituciones privadas	
Inst. de Cultural Superior	20	Universidad Nuevo Mundo Plantel Herradura	584
Universidad Michael Faraday	52	Instituciones públicas	
Escuela de Enfermería de la Secretaría de Salud D.F.	270	IPN Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura	3880
Universidad Salesiana	383	Universidad Anáhuac del Norte	4587
Universidad YMCA	595	Total por municipio	9051
UVM Campus Chapultepec	1435	Naucalpan de Juárez	
Universidad Mexicana	2116	Instituciones privadas	
UNITEC Campus Marina	3656	Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad	95
Instituciones públicas		Universidad de Norteamérica	113
IPN (Centro Interdisciplinario de Ciencias de la Salud)	15899	Instituto de Estudios Profesionales Citlali	117
Total por delegación	24426	Universidad Hispanomexicana	252
Cuajimalpa		Universidad Francomexicana	638
Instituciones privadas		Universidad Mexicana Satélite	2078
Universidad Westhill	51	UVM Campus Lomas Verdes	6023
Total por delegación	51	Instituciones públicas	
Álvaro Obregón		FES Acatlán	15403
Instituciones privadas		Total por municipio del Estado de México	24719
Inst. Cultural Helénico A.C.	25		
Inst. Marillac A.C.	28		
Instituto Internacional de Estudios Superiores	53		
Centro Universitario Grupo Sol (Plantel Santo Tomás)	121		
Centro de Investigación y Docencia Económicas A.C.	132		
Universidad Latinoamericana	133		
Universidad Motolinía del Pedregal	190		
Universidad Americana	269		
ITESM Campus Santa Fe	529		
UVM Campus San Ángel	711		
Universidad Anáhuac del Sur	1703		
ITAM	4274		
Universidad Iberoamericana	9283		
Total del Distrito Federal	17451	Total matrícula atendida	53698

Fuente: Anuario ANUIES (2003).

Los datos muestran que el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y la Facultad de Estudios Superiores (FES) Acatlán, atienden a 35,452 estudiantes en distintos programas educativos, lo que representa el 6 por ciento del total atendido. Mientras que las instituciones privadas ofrecen estudios de nivel superior al 34 por ciento restante. Cabe señalar que en las delegaciones Cuajimalpa de Morelos y Álvaro Obregón no existen instituciones públicas de educación superior, la más cercana es la FES Acatlán.

Al cerrar la ubicación geográfica de la Unidad Cuajimalpa a la zona poniente, la oferta educativa en el área aparece específicamente en los programas de licenciatura y maestría de la Universidad Iberoamericana y la Universidad Anáhuac del Norte. Estas dos instituciones son de carácter privado: la primera con un corte humanista-empresarial y la segunda con un corte empresarial. De la UIA habría que destacar su maestría como una opción de alto nivel educativo a nivel posgrado en el país. La Universidad Anáhuac tiene una Maestría en Mercadotecnia y Publicidad que va de acuerdo con su perfil institucional.

La situación del posgrado revela que existen 43 programas de maestría en Comunicación con 18 denominaciones diferentes, de los cuales solamente la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente y Universidad de Guadalajara cuentan con algún reconocimiento de CONACYT. La matrícula en este nivel es de tan sólo 957 estudiantes. En cuanto al doctorado sólo cinco programas de ciencias sociales dan cuenta, en alguna de sus áreas o líneas de estudios, de la Comunicación (Fuentes, 2005).

Aunado a lo anterior, la información relacionada con los resultados de los procesos de selección de estudiantes de la UAM (Cuadro 3) define un escenario en el que es posible ubicar la importancia de la nueva oferta educativa.

Cuadro 3
Ingreso UAM (2004)

Periodo de ingreso	Aspirantes que presentaron examen de admisión	Admitidos	No admitidos	% de rechazo
Primavera	15,498	4,185	11,313	73%
Otoño	20,747	3,426	17,321	83%
Total 2004	36,245	7,611	28,634	79%

Fuente: Departamento de Planeación UAM (2005).

Como se puede observar, en 2004 no fueron admitidos en la UAM 28,634 aspirantes -no obstante su buen desempeño en el examen de selección- debido al cupo disponible en las

licenciaturas demandadas. Existen ciertos programas en los que esta situación es particularmente aguda. Sin contar los programas del área de la salud (que en general presentan esa problemática), la mayoría de los no admitidos con buen desempeño en el examen de selección corresponden a ocho programas: Administración, Derecho, Psicología, Comunicación Social, Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Ingeniería en Computación y Computación. Este dato influyó en la configuración inicial de las carreras de la Unidad Cuajimalpa.

La demanda de ingreso que la UAM recibe para la Licenciatura en Comunicación Social que ofrece en la Unidad Xochimilco, es superior a los mil aspirantes y se cuenta con una capacidad de atención de 120, es decir, se atiende en promedio solamente al 10 por ciento.

Los límites de la oferta educativa pública disminuyen las oportunidades para los egresados del nivel medio superior que viven en esa zona, por lo que muchos de los aspirantes a la educación pública realizan sus estudios en instituciones localizadas en zonas de la ciudad distintas de su lugar de residencia, lo que implica realizar grandes trayectos entre su casa y su centro de estudios. Otra opción para estos estudiantes es el ingreso a las instituciones privadas de la zona, si se ofrecen los programas de su interés y, sobre todo, si cuentan con los recursos económicos.

Desde el punto de vista educativo, la zona poniente se convierte en un espacio de referencia para el nivel superior. La información disponible muestra que la oferta de estudios a nivel superior es insuficiente, por lo que la Unidad Cuajimalpa constituye una opción importante para ampliar la cobertura educativa del sistema público (Cuadro 4).

Cuadro 4
Expansión de la matrícula de educación superior pública y privada

Año	Total población estudiantil (miles)	Sector Público		Sector Privado	
		(miles)	(%)	(miles)	(%)
1970	212.9	183.9	86.4	29.0	13.6
1980	731.3	632.2	86.5	99.0	13.5
1990	1,078.2	890.4	83.6	187.8	16.4
1995	1,217.4	943.2	77.5	274.2	22.5
1999	1,481.9	1,073.0	72.4	408.9	27.6
2003	1,865.5	1,244.9	67.8	620.5	32.2

Fuente: ANUIES (2006). Anuarios estadísticos, 2003. Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos.
<http://www.anui.es.mx>. Fecha de consulta febrero de 2006.

Con lo anterior, se entiende que la matrícula de las escuelas de comunicación se incrementa significativamente. De acuerdo con ANUIES, la licenciatura en comunicación se ubica en el lugar número 12 entre las 15 carreras profesionales de mayor demanda lo que se describe en el siguiente cuadro.

Cuadro 5
Expansión de las escuelas de comunicación

Año	Total población estudiantil	IES públicas	IES privadas	Total de escuelas comunicación
1976	4,126	s/d	s/d	25
2004	5,450	51	178	229
2006	9,8730	62	285	347

con el 91

Fuentes: ANUIES (2006). Anuario Estadístico 2003 de la ANUIES. Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos. <http://www.anuies.mx>. Fecha de consulta febrero de 2006.

Problemática del campo académico

Los datos anteriores permiten establecer que las instituciones privadas atienden mayormente a la población que solicita ingreso a las licenciaturas en comunicación. Sin embargo, la baja calidad educativa suele predominar en un gran número de las instituciones educativas privadas, pues atienden principalmente el objetivo económico de reducir costos para incrementar beneficios en perjuicio de la educación que proveen a sus alumnos. No obstante, son una opción educativa para los miles de jóvenes que no acceden al sistema de educación pública y que no cuentan con los recursos económicos para incorporarse a escuelas privadas de alto nivel y costo.

Una característica del desarrollo de la enseñanza en comunicación es la inclinación significativa hacia el conocimiento técnico, énfasis sobre la faceta comercial de la carrera y un desarrollo excesivo de las expectativas respecto al campo profesional y la incorporación al mercado laboral.

Esta situación impacta sensiblemente la educación en comunicación en el país, lo que abre espacios de reflexión sobre el perfil del comunicador en el ámbito social presente y futuro.

La propuesta educativa de la Unidad Cuajimalpa en este campo implica un análisis sobre la identidad del comunicador del siglo XXI, que tiene como punto de referencia el contexto de desarrollo del campo en las diferentes instituciones; en ese sentido constituye una opción que fortalece el sistema público de educación superior.

Campo laboral

Los alumnos que ingresan a estas licenciaturas y concluyen la carrera hasta obtener el grado, tienden a heredar las inconsistencias del campo de conocimiento; padecen la falta de congruencia y actualización entre la *curricula* y el mercado laboral; así como la desarticulación entre los planes de estudio y las estrategias de enseñanza. Por otro lado, el tradicional *mediacentrismo* que ha marcado la tendencia en las carreras de comunicación desde los años sesenta, acota el terreno de acción de la creciente población de nuevos profesionistas y acentúa la competencia laboral. Esto encuentra, no obstante, una explicación en el mercado laboral que se ha edificado en torno a los estudios de comunicación.

En relación con datos laborales sobre egresados ocupados en las Ciencias de la Comunicación, el *Observatorio laboral* de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, del gobierno federal, ofrece el siguiente resumen de indicadores con datos actualizados a diciembre del 2005:

- 84 de cada 100 son asalariados.
- 51 de cada 100 son mujeres.
- 52 de cada 100 trabajan en la zona Centro del país (le sigue la zona Noreste, 16 por ciento; la zona Centro Occidente, 14 por ciento; la zona Sur sureste, 10 por ciento; y la zona Noroeste, con 6 por ciento).
- 32 de cada 100 laboran en servicios médicos, de educación y esparcimiento.
- 8 de cada 100 se ocupan como directores, gerentes y administradores de área o establecimientos, empresas, instituciones y negocios públicos y privados.
- En el nivel de ocupación por edades destaca que 51 de cada 100 está entre los 25 y los 34 años, y 24 de cada 100, entre los 35 y los 44 años, y el resto en edades superiores a éstas.

Las carreras de comunicación se han concentrado en orientar a sus futuros egresados a los medios de comunicación en particular, prensa, radio y televisión, y en menor medida, hacia la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación organizacional. Así que 84 por ciento son asalariados, eso significa que están ocupados directa o indirectamente. Sería arriesgado hacer afirmaciones al respecto, lo que parecería cierto es que los empleadores ubican a los egresados sólo en empresas vinculadas a medios de comunicación y difícilmente en otro ámbito, razón por la cual se hace manifiesta la insuficiencia de un diálogo entre el sector universitario, sus agrupaciones nacionales y el mercado laboral emergente orientado a lo que se describe como el comunicador multimediático capaz de gestionar, usar y aplicar las

tecnologías de la información para la producción de contenidos y el diseño, análisis e interpretación de los procesos de comunicación y circulación de la información y el conocimiento.

Estructura curricular

Las ciencias de la comunicación, en tanto campo de conocimiento determinado por diversas dinámicas socio-históricas y culturales ha desarrollado diversas líneas de investigación cuyas tendencias se hacen visibles en prominentes posgrados nacionales e internacionales, dándonos idea de las orientaciones actuales y prospectivas en la formación de cuadros profesionales especializados¹.

Su revisión indica, al menos: a) que los estudios de la comunicación están sujetos a un necesario replanteamiento como resultado de los acelerados adelantos tecnológicos, y la emergencia de nuevos dominios de investigación relacionados con los procesos globalizantes (interculturalidad y diferencia, sustentabilidad y desarrollo tecnológico desigual); b) que las áreas de formación profesional propuestas en el plan de estudios que aquí se documenta, son consistentes con las tendencias internacionales en cuanto a la orientación profesional y las líneas de investigación del campo.

A continuación se presentan las líneas de investigación y orientación profesional con mayor peso específico, tanto por la frecuencia con que son consideradas por los organismos arriba mencionados, como por ser el resultado de recientes reformas académicas que han puesto al día al campo de la comunicación con respecto a las exigencias del mundo contemporáneo:

- a) Sistemas de Información. Se ocupa de la información, el lenguaje y los sistemas cognitivos. Su objetivo es promover el desarrollo de teorías de sistemas complejos y metodologías cuantitativas para la investigación de la comunicación en diversos

¹ Entre las agrupaciones internacionales relacionadas con el campo de la comunicación sobresalen: la Asociación Internacional para la Investigación de los Medios y la Comunicación (IAMCR, por sus siglas en inglés; quizá la más importante por ser el órgano que agrupa a las principales asociaciones internacionales, entre ellas el Consejo de Asociaciones en Comunicación y el Consorcio Europeo para la Investigación de la Comunicación); el Consejo de Asociaciones en Comunicación (CCA, que agrupa a siete importantes organismos en Estados Unidos); la Asociación Internacional de la Comunicación (ICA); y la Asociación Europea para la Investigación de la Comunicación y la Educación (ECREA). A nivel nacional, tenemos al Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc), la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO).

ámbitos. Sus áreas de interés incluyen los flujos informativos, así como el procesamiento de información y la construcción de modelos cognitivos; aplicaciones de inteligencia artificial al lenguaje, la lógica y el razonamiento; modelación y estudio de sistemas de interacción.

- b) Comunicación y Tecnología. Cercana a la anterior, tiene que ver con las formas existentes y emergentes de la comunicación tecnológicamente mediada entre personas o entre éstas y recursos interactivos de información. Investiga, desarrolla y comparte ideas y recursos referidos a: metodologías de diseño y proyectos, estrategias de instrumentación, necesidades de los usuarios, implicaciones políticas, sistemas de evaluación en línea, y efectos sobre los negocios, el hogar y la sociedad (incluyendo mediciones de la productividad y la calidad de vida), y la difusión tecnológica.
- c) Comunicación Organizacional. Examina cómo la comunicación forma y es formada por la organización en un amplio rango de contextos, incluyendo cooperativas, redes comunitarias, agencias gubernamentales y no gubernamentales, corporaciones globales, organizaciones lucrativas y no lucrativas. Se interesa en el estudio de las prácticas comunicativas en escenarios regulados formalmente, la cultura organizacional y su lenguaje, construcción de identidades, adopción y apropiación de tecnologías de comunicación, emergencia de redes organizacionales, y nuevas formas organizativas.
- d) Comunicación Política. Se interesa en la interacción de la comunicación y la política, incluyendo las transacciones entre ciudadanos, entre ciudadanos y gobierno, y entre partidos y gobierno. La pluralidad de sus temas de interés se refleja en la variedad de sus perspectivas teóricas y orientaciones metodológicas, aunque tomando como foco las comunidades políticas y los estudios comparativos entre ellas.
- e) Comunicación Educativa y para el Desarrollo. Se refiere a la comunicación que se relaciona con cualquier aprendizaje del entorno. Promueve el estudio de las variables y teorías comunicativas en los procesos educativos (tales como la interacción maestro-alumno, la tecnología educativa, y los métodos de diseminación de información). Estimula el estudio de la comunicación como un fenómeno que se desarrolla a lo largo de la vida, desde la influencia de la televisión en los niños y el desarrollo de la comunicación en la infancia, hasta los diagnósticos sobre la satisfacción de vida en la edad madura y las relaciones entre los abuelos y sus nietos.
- f) Comunicación de Masas. Investigación sobre instituciones mediáticas; textos, efectos y uso de los medios para producir y transformar la cultura. Incluye también el uso, regulación y efectos de la telecomunicación y las tecnologías (contemplan radio, televisión, telefonía, Internet), y estudios de convergencia. Publicidad, Relaciones Públicas y Periodismo.

- g) Filosofía de la Comunicación. Se ocupa de aspectos teóricos, analíticos y políticos que cruzan las fronteras de la disciplina. Proporciona un foro donde los estudiosos pueden explorar sus relaciones e intersecciones entre el estudio de la comunicación y el panorama de los temas, posiciones y argumentos filosóficos contemporáneos. Las cuestiones filosóficas que se discuten varían mucho: desde la naturaleza del lenguaje, la subjetividad y la experiencia, hasta la epistemología de la ciencia y la interpretación, las políticas del conocimiento y las relaciones comunicativas.

Estas tendencias constituyen referentes que orientan la formación profesional del comunicador y la definición de los núcleos básicos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que centra su atención en el análisis, uso y aplicación de:

- Lenguajes
- Tecnologías y sistemas de información
- Estrategias de comunicación
- Producción multimedia

Estos núcleos constituyen los elementos en torno de los cuales se organiza la estructura curricular del plan de estudios, mismo que se enfoca en los modos de organización de los sistemas del lenguaje, el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y su aplicación en el diseño de los sistemas de información y circulación del conocimiento. Al mismo tiempo, centra su interés en la producción de mensajes y el diseño de estrategias que favorezcan los procesos de comunicación mediante la producción multimedia.

Así, el plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se organiza como un espacio delimitado de conocimientos, articulado por cuatro ejes estructurales: el eje teórico, el metodológico, el eje de adquisición de habilidades práctico-tecnológicas y el eje de síntesis que proporcionen a los alumnos una formación básica general y, al mismo tiempo, ofrezca herramientas para una pronta inserción laboral que atienda de manera prioritaria a los campos: a) de la comunicación en organizaciones; b) comunicación educativa; c) comunicación de las ciencias y divulgación científica; y, d) comunicación política.

Estos campos representan áreas de oportunidad sobre las cuales el plan ofrece una formación profesional especializada, que define el último segmento del programa y que atiende a los campos laborales donde prioritariamente se podrán insertar los egresados, tal y como se describe a continuación.

Comunicación en Organizaciones

Se entiende como el espacio social formalmente regulado en el que intervienen diversos procesos de interacción comunicativa, mismos que pautan la formación dinámica de la estructura sociocultural. El profesional de la comunicación se inserta en este campo mediante el análisis de las prácticas y situaciones comunicativas en organizaciones; el diseño y la gestión de sistemas de información y comunicación, el desarrollo de líneas y políticas de vinculación entre las organizaciones y su ambiente interno y externo; así como la intervención en los procesos de transformación de las organizaciones, sus modos de regulación e intercambios con los diversos contextos que lo delimitan.

Comunicación Educativa

Esta área profesional atiende los cambios y transformaciones ocurridas con el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, los modos en que se llevan a cabo los procesos cognitivos y el desarrollo y fortalecimiento de la cobertura educativa. El profesional de la comunicación se inserta en este campo mediante la planeación, diseño, producción y administración de mensajes y situaciones para el desarrollo de sistemas y modalidades educativas pertinentes y sensibles a los contextos socioculturales específicos.

Comunicación de las Ciencias y Divulgación Científica

El objetivo de esta área de formación profesional es impulsar el desarrollo del conocimiento científico y tecnológico mediante la comprensión de los cambios y transformaciones estructurales en el contexto de la sociedad del conocimiento y la cultura digital. El profesional de la comunicación se inserta en este campo a través la planeación, diseño y producción y administración de estrategias comunicativas para dinamizar los flujos del conocimiento científico dentro y fuera del campo académico, así como ampliar y fortalecer los vínculos comunicativos entre las comunidades y propiciar mejores condiciones de desarrollo social.

Comunicación Política

El desarrollo de nuevas formas de organización y práctica política, así como la crisis de las instituciones, permite aproximarse a un campo sociocultural donde la comunicación es un factor decisivo para la construcción de la cultura política, la democracia y el espacio público. Las relaciones entre sociedad, sistema político y medios constituyen un espacio en el que los

profesionales de la comunicación se insertan a través del análisis de las prácticas, los procesos de mediación política y las formas de representación del espacio público.

Estas áreas de especialización constituyen espacios en los cuales el alumno incorpora los conocimientos adquiridos en los estadios previos, en un ámbito específico de la Comunicación. Además, la confluencia de conocimientos en las áreas de especialización otorga una ventaja en el mercado laboral a los estudiantes, sin llevarlos a un nivel de especialización que limite su capacidad de comprensión sobre las innovaciones que se presenten en su propio campo.

Perfil del egresado

La Unidad Cuajimalpa se propone desarrollar un modelo y estructura curricular que den lugar a una educación humanística, científica, creativa e interdisciplinaria, a través de una formación flexible, innovadora y socialmente pertinente. Bajo este principio rector, la formación del estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se articula a partir de conocimientos teórico-metodológicos sobre los lenguajes en contextos socio-históricos.

El egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se caracterizará por su capacidad para:

- **Gestionar y utilizar** las tecnologías de la información y la comunicación en el diseño de mensajes y el desarrollo de proyectos y estrategias de comunicación en sus áreas de **especialidad**.
- **Participar** desde una perspectiva crítica e interdisciplinaria, en los procesos de generación y aplicación del conocimiento en el campo de las ciencias de la comunicación, considerando los procesos económicos, históricos y políticos locales, regionales y globales en el contexto de la sociedad de la información y la cultura digital.
- **Participar** activamente en las transformaciones de los procesos de producción, circulación y apropiación de mensajes en las organizaciones, la educación y la política a través del dominio de nuevos lenguajes y formas de producción que incorporen el potencial de las nuevas tecnologías de información y comunicación de manera ética y socialmente sensible.
- **Participar** en los espacios de discusión académica relacionada con el aprendizaje mediado por tecnología y en el diseño, operación y evaluación de programas

educativos en sistemas abiertos y a distancia.

- **Utilizar** las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para mejorar la calidad de la educación y hacerla accesible a un mayor número de estudiantes mediante el desarrollo de plataformas, materiales didácticos y foros de discusión.
- **Intervenir** en los procesos de transformación del espacio organizacional para identificar desde una perspectiva racional, sistemática y crítica las prácticas de la comunicación y las necesidades de los grupos e individuos, y diseñar los sistemas y estrategias de comunicación pertinentes a las mismas.
- **Participar** activamente en la apropiación del conocimiento científico, humanístico y artístico por diferentes sectores de la sociedad mediante la utilización de estrategias de comunicación que favorezcan la socialización de los resultados útiles para la solución de problemas relevantes.
- **Diseñar** sistemas digitales de comunicación que propicien la mejora de las relaciones entre comunidades mediante el intercambio ágil y preciso de ideas, informaciones y materiales de trabajo.
- **Participar** con propuestas innovadoras en los medios de comunicación a partir del análisis crítico de los campos donde se ubican las prácticas comunicativas.
- **Organizar**, dirigir y trabajar en equipo dentro de proyectos y ambientes multidisciplinarios o interdisciplinarios.
- **Ejercer** una actitud activa, reflexiva, creativa, integradora, crítica y ética al identificar problemas, generar alternativas de solución, ejecutarlas y evaluar la solución de problemas relacionados con la profesión.

La ocupación futura de los egresados del Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

La proyección del campo de trabajo de los egresados es una función de la estructura curricular propuesta, los núcleos básicos y las áreas de formación profesional. Los espacios laborales emergentes, tales como la comunicación en organizaciones, comunicación educativa en sistemas abiertos y a distancia, comunicación de las ciencias y divulgación científica y comunicación política representan opciones ampliamente favorables para la aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridos durante el curso de los estudios.

Los egresados tendrán la opción de desempeñarse en el ámbito general del diseño y producción en medios, privilegiando el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación; además de contar con las ventajas que ofrece el haber elegido alguna de las

áreas de especialización señaladas en este apartado. La ocupación laboral de los egresados de acuerdo al área de especialización elegida se presenta a continuación.

Campo laboral del estudiante de Comunicación Educativa

- Departamentos psicopedagógicos de instituciones públicas o privadas de educación, básica, media y superior.
- Departamentos de capacitación de corporaciones de cualquier giro y tamaño.
- Universidades.
- Museos.
- Editoriales.
- Centros de producción de material didáctico impreso y audiovisual.
- Portales de Internet que ofrezcan objetos de aprendizaje en línea.

Actividades:

- Diseño de programas de educación a distancia.
- Diseño de plataformas de aprendizaje, ambientes de colaboración y asesoría en línea.
- Diseño y desarrollo de comunicaciones educativas sincrónicas (como videoconferencias, audioconferencias, chats).
- Diseño y desarrollo de comunicaciones educativas asincrónicas (como foros, blogs).
- Diseño e implementación de cursos presenciales y a distancia.
- Diseño de prototipos de programas de aprendizaje y entretenimiento.

Campo laboral del estudiante en Comunicación de las Ciencias y Divulgación Científica

- Instituciones públicas y privadas.
- Organismos No Gubernamentales (ONG).
- Universidades, centros de investigación e instituciones educativas.
- Medios de información y divulgación (convencionales y emergentes).
- Museos y espacios públicos dedicados a la divulgación de la ciencia.

Actividades:

- Periodismo de difusión científica.
- Diseño de estrategias para la divulgación de la ciencia.
- Diseño y análisis de campañas de divulgación científica.
- Diseño de productos para la divulgación de la ciencia en soportes digitales.

Campo laboral del estudiante en Comunicación Política

- Universidades, centros de investigación e instituciones educativas.
- Medios de difusión.
- Institutos políticos.

Actividades:

- Análisis y diseño de campañas políticas.
- Análisis de mensajes en procesos electorales.
- Gestión y diseño de comunicación en espacios públicos.
- Investigación de prácticas de comunicación política.
- Análisis de discurso institucional.

Campo laboral del estudiante en Comunicación en Organizaciones

- Empresas y Organizaciones (públicas o privadas).
- Universidades, centros de investigación e instituciones educativas.
- Organismos Internacionales.
- Organizaciones Civiles y Comunitarias.

Actividades:

- Análisis y Resolución de conflictos de Comunicación Intra Organizacional.
- Desarrollo e Implementación de estrategias de comunicación interinstitucional.
- Gestión y Desarrollo de Redes de Comunicación Inter e Intra Organizacional.
- Desarrollo de políticas de vinculación para organizaciones.
- Gestión de sistemas de información y comunicación en y para organizaciones.

Cada una de las descripciones anteriores representa escenarios de ocupación laboral para los egresados del presente plan de estudios, y reflejan la ventaja laboral competitiva frente a otros planes de estudio similares. A lo anterior, se agrega que una especialización de este nivel constituye una base sólida para aquellos alumnos que deseen continuar con estudios de posgrado.

Además, estas prospectivas de ocupación laboral constituyen una fortaleza del plan de estudios y también una razonable fuente de expectativas para quienes cursen y egresen del mismo.

III LA DEMANDA SOCIAL PREVISIBLE QUE SE GENERARÁ PARA EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

En consecuencia con la responsabilidad social de la educación pública, la Unidad Cuajimalpa ha considerado como un elemento importante para el diseño de su oferta educativa los datos disponibles sobre la población con prerequisites curriculares para demandar estudios en su zona de influencia. Además, aquellos que constituyen la Demanda Social Total e Insatisfecha de la población, objetivo de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Población con prerequisites curriculares para demandar los estudios

La población que cubre con los prerequisites curriculares corresponde a los egresados de educación media superior, Bachillerato, cuya formación es de tipo general. Es importante señalar que, la población egresada del Bachillerato General en el Distrito Federal mantiene un crecimiento positivo, alcanzando su punto más alto en el periodo 2007-2008; sin embargo, se pronostica que iniciará su descenso progresivo a partir del 2008-2009.

En el Estado de México se presenta una dinámica creciente que en el periodo 2007-2008 habrá igualado el nivel de egreso del Distrito Federal, y a partir del 2008-2009 lo superará, tendencia que se consolidará para los años subsecuentes.

Demanda de estudios en las Ciencias de la Comunicación

Según datos de la ANUIES las licenciaturas en ciencias de la comunicación se encuentran entre las más solicitadas por los egresados de educación media superior, al tener registrados como primer ingreso² 9,570 para el año 2001, de un total de 458,769 alumnos que ingresaron por primera vez a una licenciatura a nivel nacional para el mismo periodo. Lo anterior representa el 2% de la matrícula total a nivel nacional.

Para el año 2002³, los estudiantes registrados como primer ingreso sumaron 9,474, de un total a nivel nacional de 473,568 alumnos de primer ingreso. De la demanda total por acceso a educación superior, la licenciatura en Comunicación representó el 2%.

2 Fuente: ANUIES. Anuario Estadístico 2002. Población Escolar de Licenciatura. Resúmenes y Series Históricas. Página 18.

3 Fuente: ANUIES. Anuario Estadístico 2003. Población Escolar de Licenciatura e Institutos Tecnológicos. Resúmenes y Series Históricas. Página 17.

La ANUIES señala que la carrera en Ciencias de la Comunicación es una de las más demandadas a nivel nacional, y como se ha mostrado representa el 2% de la demanda total.

Demanda social en el Distrito Federal y el Estado de México

La escasez de datos no permite establecer con seguridad el nivel de demanda para la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de igual forma impide establecer si la demanda se mantendrá estable o cambiará. Sin embargo, los datos proporcionados por la Secretaría de Educación Pública permiten establecer que en los próximos años existirá una demanda creciente por servicios de educación superior en sus diferentes opciones. De tal forma, que puede ser aceptable emplear la demanda a nivel nacional por acceso a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación como indicador para el nivel regional, en este caso Distrito Federal y Estado de México.

A partir de los datos de capacidad de absorción a nivel licenciatura, población que cumple con los prerrequisitos para acceder a educación superior, y el porcentaje de alumnos que a nivel nacional demandan ingresar a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es posible determinar la Demanda Social Previsible, así como la Demanda Social Insatisfecha.

La Demanda Social Insatisfecha constituye un indicador de la población potencial que podría atender la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Unidad Cuajimalpa; además los datos de absorción muestran que actualmente las instituciones de educación superior del Valle de México carecen de la capacidad suficiente para atender a la población que solicita el acceso a este nivel educativo.

Cuadro 6

Demanda social previsible⁴. Total e incorporada a algún programa de licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Distrito Federal, por ciclo escolar. Pronóstico 2006-2026

Ciclo Escolar	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Demanda Social Previsible Total ^a	1,794	1,862	1,814	1,806	1,807	1,820	1,783	1,728	1,694	1,696	1,695
Demanda Social Previsible Incorporada ^b	1707	1779	1738	1738	1745	1763	1730	1685	1658	1658	1657

Ciclo Escolar	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026		
Demanda Social Previsible Total ^a	1,690	1,699	1,712	1,708	1,698	1,683	1,671	1,658	1,646		
Demanda Social Previsible Incorporada ^b	1651	1661	1676	1673	1664	1651	1641	1630	1621		

Fuente: Elaboración propia con datos de la SEP y ANUIES. a) Egresados Orientados A Ciencias de la Comunicación (2% del total de Egresados). b) Egresados Absorbidos por una Institución de Educación Superior

La población que demande acceso a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se estabilizará en los próximos años; sin embargo, la atención a población proveniente de otros estados no puede descartarse. Es de especial atención el Estado de México donde la población que demanda estos servicios mantiene un ritmo de crecimiento importante.

⁴ Programa SisteSEP, a través del módulo de software PronoSEP (Pronósticos educativos) disponible en: www.sep.gob.mx.

Cuadro 7

Demanda social previsible⁵. Total e incorporada a algún programa de licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Estado de México, por ciclo escolar. Pronóstico 2006-2026

Ciclo Escolar	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Demanda Social Previsible Total ^a	1,764	1,896	1,964	2,069	2,126	2,224	2,304	2,371	2,412	2,514	2,578
Demanda Social Previsible Incorporada ^b	1423	1544	1613	1713	1774	1870	1950	2028	2074	2166	2224

Ciclo Escolar	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026		
Demanda Social Previsible Total ^a	2,622	2,651	2,688	2,710	2,725	2,737	2,752	2,772	2,790		
Demanda Social Previsible Incorporada ^b	2268	2300	2339	2366	2387	2406	2428	2453	2479		

Fuente: Elaboración propia con datos de la SEP y ANUIES. ^aEgresados Orientados A Ciencias de la Comunicación (2% del total de Egresados). ^bEgresados Absorbidos por una Institución de Educación Superior

El pronóstico esperado es que la demanda por la licenciatura en el Estado de México crezca, a diferencia de lo que se observa en el Distrito Federal. Como se muestra en los Cuadros 6 y 7.

Los datos previos revelan que una cantidad considerable de población demandará acceso a la Licenciatura en Comunicación, pero más importante aún, es destacar que una gran cantidad de población quedará sin acceder a la misma. Esto muestra la pertinencia de plantear la creación de un nuevo programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que dé cabida a esta población que quedará sin atender en los próximos veinte años.

⁵ Programa SisteSEP, a través del módulo de software PronoSEP (Pronósticos educativos) disponible en: www.sep.gob.mx.

Cuadro 8**Demanda social previsible no satisfecha en el Distrito Federal
y el Estado de México, por ciclo escolar. Pronóstico 2006-2026**

Ciclo Escolar	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Distrito Federal	86	83	75	68	62	57	53	44	37	37	38
Estado de México	340	351	351	355	352	353	353	342	338	348	353
Total	427	435	426	423	414	409	407	386	374	385	391

Ciclo Escolar	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026		
Distrito Federal	38	37	36	36	34	32	30	28	26		
Estado de México	354	351	348	344	338	331	324	318	311		
Total	393	388	385	379	372	363	355	346	337		

Fuente: Elaboración Propia con datos de la Sep y ANUIES.

La población que quedará sin acceso a algún programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación promedia 390 hombres y mujeres, quienes tendrán que buscar ofertas similares en otros estados de la República Mexicana, o simplemente nunca acceder a la misma. Este estudio revela que la capacidad para atender a dicha población tanto en el Distrito Federal como en el Estado de México es insuficiente. Si bien en los próximos veinte años, como se observa en la tabla previa, la demanda disminuirá, ésta disminución no es significativa.

IV EL NÚMERO DE ALUMNOS A ATENDER Y EL EGRESO PREVISIBLE DEL PLAN

A partir de la información anterior, la División en Ciencias de la Comunicación y Diseño considera que puede atender a un porcentaje significativo de la demanda social insatisfecha en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Esta licenciatura tiene contemplado un ingreso anual de 70 estudiantes y una población a atender de hasta 280 alumnos, que se alcanzará de acuerdo a las proyecciones en el año 2010.

Cuadro 9

Año	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Primera Generación	70	63	57	52		
Segunda Generación		70	63	57	52	
Tercera Generación			70	63	57	47
Cuarta Generación				70	63	50
Quinta Generación					70	54
Sexta Generación						60
Suma	70	133	190	186	242	211
Egreso				52	52	44

Con esta información es posible establecer los recursos que permitan la implementación y desarrollo de la licenciatura. En el siguiente apartado se establecen las condiciones necesarias.

V DETERMINACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA DESARROLLAR EL PLAN

Personal académico

El personal que atenderá la docencia y las actividades de investigación y preservación y difusión de la cultura, relacionadas con la licenciatura, tendrá su adscripción en el Departamento de Ciencias de la Comunicación. Su formación académica y profesional responderá a la orientación que imponen los ejes curriculares.

El personal académico se integrará por dos grupos principales. El primero lo constituyen académicos con una sólida formación en las ciencias sociales y las humanidades y, el segundo, lo integrarán los profesionales que se responsabilizarán de la operación y enseñanza de los procesos tecnológicos.

Infraestructura y equipo para la operación del Plan

La naturaleza de los procesos técnicos para la producción de mensajes requiere de una infraestructura y equipo especializados, además de los espacios convencionales para la docencia, definidos en el proyecto arquitectónico de la Unidad Cuajimalpa. De acuerdo con las características específicas del proyecto de obras de la Unidad, se desarrollarán los espacios especializados que permitan combinar actividades de docencia e investigación para el desarrollo de productos multimedia.

En términos generales los recursos de infraestructura y equipamiento para el desarrollo de los programas de estudio son:

Cuadro 10

Aulas	Equipamiento
Salones de cursos, seminarios, conferencias,	Mobiliario, videoproyectores
Espacios especializados de producción y posproducción en comunicación visual	Dos aulas multimedia con equipo de cómputo y software especializado con capacidad para 30 alumnos
Espacios especializados de producción y posproducción en comunicación sonora	Cuatro aulas multimedia con equipo de cómputo y software especializado con capacidad para 15 alumnos
Espacios especializados de producción y posproducción audiovisual	Un estudio de grabación con iluminación, equipo de grabación y posproducción de video Cuatro aulas multimedia con equipo de cómputo y software especializado para edición digital de video con capacidad para 15 alumnos

Programa de formación y actualización de personal académico

De acuerdo con las políticas de selección del personal académico de la Unidad Cuajimalpa, se procura que los profesores investigadores cuenten con el máximo grado de habilitación; sin embargo, por el fuerte contenido tecnológico del plan de estudios, se hace necesario disponer de cursos de capacitación y actualización docente, a fin de que se mantenga un alto grado de homogeneidad en las habilidades y competencias.

Posibilidades de apertura de posgrado

La Unidad Cuajimalpa se ha propuesto iniciar la operación de programas de posgrado en el corto plazo. La División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, prevé el desarrollo articulado de programas divisionales, interdivisionales e interinstitucionales.

Gastos de Operación y Costos Totales

La Unidad Cuajimalpa aún no cuenta con una sede física definitiva razón por la cual la proyección de los recursos a ejercer en cada programa educativo queda condicionada al tamaño de la sede, al número de plazas por otorgar, a la matrícula por atender, así como a los servicios de apoyo a la docencia (bibliotecas, equipo audiovisual, plataforma electrónica, etc.)

Se realizó una determinación de recursos pero no es posible hacer un cálculo de gastos de operación y costos totales.

REFERENCIAS GENERALES

- ASOCIACIÓN Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (2006). <http://alaic.net>.
Fecha de consulta: febrero.
- ASSOCIATION for Communication Administration (2006). <http://webdb.iu.edu/cq-i/aca-info.html>, EUA. Fecha de consulta: febrero.
- AMMCCyT, SEP CONACYT, (2002). “Evaluación de la Divulgación Científica y Tecnológica en México para Elaborar una Propuesta de un Plan Nacional para su Desarrollo. (Primera Fase), México, febrero.
- ANUIES (2006). *Anuario Estadístico 2003*. Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos. <http://www.anui.es.mx>. Fecha de consulta: febrero de 2006.
- ANUIES (2006). *Acciones de transformación de las Universidades Públicas*.
<http://www.anui.es.mx>. México. Fecha de consulta: 22 de febrero.
- ANDIÓN, M. (1991). “La formación de profesionales en Comunicación”, en *Diálogos*, n° 31, México, septiembre: FELAFACS.
- ARÉCHIGA, H. y Llerena, R. (2003). “Antecedentes, situación actual y perspectivas de la evaluación y acreditación de la educación superior en México”, México: COPAES IESALC UNESCO.
- BENASSINI, C. (2001). “Escuelas de comunicación en México”. En *Diálogos de la Comunicación*, julio, México.
- CIESPAL (2006). <http://www.ciespal.net/>.
- CONACYT (2006). <http://www.conacyt.mx>. México. Fecha de consulta: 20 de febrero.
- ESCUELA de Comunicación y Artes. <http://www.eca.usp.br>. Fecha de consulta: febrero.
- ESTEINOU, J. (2002). “CIESPAL y la formación de imaginarios de la comunicación en América Latina”. En *Razón y Palabra*, n° 25, febrero-marzo, México: ITESM-CEM.
www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n25/jeteino.html.
- EUROPEAN Communication Research and Education Association (2006).
<http://www.eccr.info/ecrea/>. Fecha de consulta: febrero.
- FELAFACS (2006). <http://www.felafacs.org>.

- FRESÁN, M., Outón, M. y Rodríguez, M.E. (2005). “Las políticas operacionales de docencia y la estructura curricular de la Unidad Cuajimalpa”. En *Cuajimalpa, estructura curricular*, México: UAM-C.
- FUENTES, R. (1990). “La formación universitaria de comunicadores en México. Una revisión general”. En *Diagnóstico de la comunicación social en México*, México: Premia.
- FUENTES, R. (1995). “La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesionales”. En Galindo, J. et al (comp.). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESO/CONACULTA.
- FUENTES, R. (2004). “La producción de conocimiento sobre la comunicación en México. La recuperación de sus referentes documentales”. En MARTELL, L. (coord.). *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, México: AMIC.
- FUENTES, R. (2005). “La configuración de la oferta nacional de estudios superiores en Comunicación. Reflexiones analíticas y contextuales”. Anuario XII, México: CONEICC.
- GALINDO, J., KARAM, T. y RIZO, M. (2005). *Cien libros hacia una comunicación posible*. México: UACM.
- GARGUREVICH, J. (1999). “De periodistas a comunicadores: crónica de una transición de nuestro siglo”, en *Diálogos*, n° 54, marzo, México: FELAFACS.
- INEGI (2006). www.inegi.gob.mx
- INTERNATIONAL Association for Media and Communication Research (2006). <http://www.eccr.iamcr.net/>. Fecha de consulta: febrero.
- KARAM, T. (2004). “Notas para una historia (im)posible: Revisión teórica y metodológica de los estudios sobre discurso, análisis de discurso y ciencias de la comunicación en México”. En MARTELL, L. (coord.). *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, México: AMIC.
- LÓPEZ, H. (2006). “La gran rectoría de CIESPAL”. En *Chasqui*, n° 87, Ecuador: www.comunica.org/chasqui/87. Fecha de consulta: febrero de 2006.
- LOZANO, J.C. “La investigación sobre la comunicación internacional en México”. En *Razón y palabra*, año 7, número 2, México: ITESM-CEM, <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones>.

- MATTELART, A. y Matterlart, M. (1966). *Historia de las teorías de la Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MIER Y TERÁN, L. (2005). “La UAM ante los retos del presente y del futuro”. En *Cuajimalpa, estructura curricular*, México: UAM-C.
- MOURA CASTRO, C. de y Navarro, J. (2002). “¿Puede la mano invisible del mercado reparar la educación superior privada?”. En ALTBACH, P. (coord.), *Educación superior privada*, México: CESU-UNAM-Porrúa.
- NACIONAL Center of Education Statitics (2006). <http://nces.ed.gov/>. Fecha de consulta: febrero.
- NATIONAL Avademies (2006). <http://www7.nationalacademies.org>. Fecha de consulta: febrero.
- NATIONAL Communication Association (2006). <http://natcom.org>. Fecha de consulta: febrero.
- REYNA, M. (1992). “La comunicación en el campo profesional”. En LUNA, C. (coord.), *Generación de conocimientos y formación de comunicadores, Comunicación, identidad e integración Latinoamericana*, n° 4, VII Encuentro de México: FELAFACS.
- ROJAS, G. (2005). La División de Ciencias de la Comunicación y Diseño (DCCD) de la Unidad Cuajimalpa: consideraciones sobre su contexto y horizonte futuro. Documento de trabajo, Cuajimalpa, México.
- Universidad Iberoamericana (2006). www.uia.mx.
- UNESCO (2006). *Una nota acerca de la evaluación educativa*. En Revista CENDES. <http://llece.unesco.cl/documentos digitales/>. Venezuela. Fecha de consulta: 22 de febrero.