

Programa de Licenciatura en Comunicación Social. Diseño de un plan de estudios basado en competencias

Degree Program in Social Communication. Designing a competency-based curriculum

Rocío Leticia Cortés Campos

Universidad Autónoma de Yucatán, México

rocio.cortes@correo.uady.mx

Carmen Castillo Rocha

Universidad Autónoma de Yucatán, México

ccastillo@correo.uady.mx

Roxana Quiroz Carranza

Universidad Autónoma de Yucatán, México

rquiroz@correo.uady.mx

Resumen

En los últimos años, los modelos educativos internacionales se han actualizado con base en tendencias que procuran responder a los diversos cambios económicos, políticos, culturales y sociales que ha atravesado el mundo. Una forma de afrontar a estos cambios ha sido la implementación de programas de estudios basados en competencias. Esta implementación se ha dado en un ejercicio impuesto desde contextos globales por lo que consideramos pertinente el abrir espacios para reflexionar sobre cómo se están poniendo en marcha este tipo de propuestas en contextos específicos; por ello el trabajo tiene por objetivo exponer y reflexionar sobre la propuesta de actualización del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY), basada en un modelo de competencias. Dicha propuesta fue realizada por profesores del programa, varios de los cuales también son integrantes del cuerpo académico *Comunicación, Cultura y Sociedad*, que participaron en el grupo formulador e implementación del señalado plan de estudios, que para este año ya contará con una segunda generación.

Palabras clave: Plan de estudios, Comunicación Social, Educación, Competencias, Universidad.

Abstract

Lately, trends trying to respond to economic, political, cultural and social changes in the world, updated the international educational models. A way to address these changes is the implementation of competency-based curriculum. This implementation has taken place in an exercise imposed by global contexts. We consider necessary to open spaces to reflect on how these types of proposals has being implemented in specific contexts. As so, the work aims to expose and think over the proposal of updating the curriculum of the Bachelor Program in Social Communication at Universidad Autónoma de Yucatán (UADY), in a competency-based model. This proposal was made by professors of the program -some of them members of the Academic group of Communication, Culture and Society-, who participated in the design and lately in the implementation of the new competency-based curriculum, which in 2017 will already have a second generation.

Keywords: Curriculum, Social Communication, Education, Skills, University.

Fecha Recepción: Febrero 2017

Fecha Aceptación: Julio 2017

Introducción

En 1997, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) desarrolló el *Proyecto de Definición y Selección de Competencias* (DESECO) con el objetivo de proporcionar un marco que condujera las evaluaciones para los nuevos dominios de estas competencias: 1) contribuir a la sociedad y a los individuos con resultados valiosos, 2) apoyar a las personas para hacer frente a problemas en diferentes contextos, 3) ser relevante para todos los individuos, no sólo los especialistas (OCDE, 2005).

En esta dirección, la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY), situada al sur de la República Mexicana, también realizó cambios a sus diversos programas educativos de nivel

medio superior, licenciatura y posgrado, incorporando el aprendizaje basado en competencias mediante la implementación del *Modelo Educativo de Formación Integral* (MEFI, 2012a, 2012b) en el año 2012.

Así, como parte del plan de desarrollo de la UADY, 2010-2020 (2010b), los diversos programas de estudios fueron transitando a este nuevo modelo; entre ellos el de la Licenciatura en Comunicación Social, creado en 2001, el cual tiene como objetivo:

Formar profesionales en comunicación social con las competencias necesarias para cumplir funciones de mediadores entre el acontecer y el conocimiento, entre la modernidad y la tradición; mediante el dominio de los usos sociales de la comunicación a través de la producción, distribución y consumo de la información, contribuyendo con ello a la preservación de la identidad cultural de los grupos sociales del país y a la generación de métodos de trabajo que permitan a las comunidades y sectores sociales mexicanos, poder desarrollarse armónica y participativamente (Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la UADY, 2016).

La Licenciatura en Comunicación Social fue aprobada por el VIII Consejo Universitario de la Universidad Autónoma de Yucatán, el 28 de febrero del 2001, con el objetivo de formar profesionales en cuatro áreas principales: Comunicación para el desarrollo, Comunicación organizacional, Industria mediática y Publicidad.

La fundamentación de la licenciatura radicaba en la inexistencia de un programa de comunicación social en una universidad pública, a nivel regional. No obstante, desde que fue aprobado, el programa fue modificado un par de veces en los años de 2004 y 2006. En la última modificación se procuró un diseño flexible con materias obligatorias, optativas y libres para consolidar los cuatro distintos perfiles profesionales, pero con énfasis en orientación social participativa. La nueva modificación, como las anteriores, tenía tres lineamientos principales: teórico, de investigación y técnico-práctico en los que el estudiante adquiriría los conocimientos más relevantes en el área con base en el objetivo del programa. El modelo educativo bajo el cual se diseñó este plan de estudios era el Modelo Educativo y Académico (MEYA, 2002), que se basaba en el aprendizaje colaborativo y significativo.

Con el paso de los años y con las tendencias internacionales, el modelo educativo tuvo que cambiarse. La dirección, entonces, fue la atención a la formación integral del estudiante. De

esta forma surge el Modelo Educativo para la Formación Integral (MEFI, 2012a) que proponía una educación basada en competencias, como se explicará más adelante.

Aunado a lo anterior, cabe destacar que entre algunos aspectos por los cuales ha sobresalido la Licenciatura en Comunicación Social a nivel regional y nacional es que es una de las 51 licenciaturas en comunicación que se encuentran acreditados por el Consejo de Acreditación de la Comunicación y las Ciencias Sociales (CONAC), que reporta la existencia de cerca de mil programas de comunicación en México. En 2017 la Licenciatura fue reacreditada por el mismo organismo.

Como parte de los procesos de evaluación para la reacreditación se observó la necesidad de mejorar el programa en diferentes aspectos y de hacerla más acorde a un mundo en el que las nuevas tecnologías tienen un lugar prominente donde décadas atrás prensa, radio y televisión eran los medios prominentes. Se consideró así, la actualización de contenidos, congruencia y pertinencia de ejes, así como ampliación en las formas de titulación. Para dichas modificaciones se realizaron los estudios de distintos referentes en los aspectos social, disciplinar, profesional e institucional a fin de que la modificación fuera pertinente para la formación de profesionales de la Comunicación Social. La propuesta y estudios referentes (pertinencia, factibilidad y estado del arte) fueron realizados por profesores del programa, muchos de los cuales también forman parte del cuerpo académico Comunicación, cultura y sociedad.

MEFI: un programa basado en competencias

Como se refirió previamente, el MEFI (2012a, 2012b) constituye la propuesta de la UADY para promover la formación integral del estudiante con una filosofía humanista. El MEFI surge ante la necesidad de actualizar el Modelo Educativo y Académico (MEYA, 2002) de la Universidad.

De acuerdo con el MEFI, la formación integral es un proceso continuo que procura el desarrollo y crecimiento personal del estudiante en cinco dimensiones principales: física, emocional, cognitiva, social y valoral-actitudinal. En esta consideración se propusieron seis ejes transversales presentes en todos los programas educativos de la UADY: responsabilidad social, flexibilidad, innovación, internacionalización, educación centrada en el aprendizaje y educación basada en competencias (22 en general).

Además de lo anterior, el MEFI incluye tres asignaturas obligatorias institucionales. La primera es Cultura Maya, en conciencia del territorio donde se ubica y la cultura originaria de dicho territorio. La segunda es Responsabilidad Social Universitaria (RSU), en respuesta a la misión y visión de la universidad. La tercera es Cultura Emprendedora, dado que se espera que los jóvenes participen creativamente del desarrollo social y económico de la región y el país. Con estas asignaturas se procura la revalorización de las culturas originarias, así como también contribuir de manera ética y política al desarrollo humano y sustentable; la equidad, inclusión social, derechos humanos y la cultura de paz, así como la formación de recursos humanos capaces, a fin de promover el cambio en una sociedad que privilegie los intereses colectivos.

Metodología

Para desarrollar la propuesta de modificación del nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social fue necesario realizar diversos estudios sobre pertinencia, factibilidad y estado del arte. En ese sentido se realizaron dos tipos de evaluación:

1. Interna. Se realizó un grupo focal con estudiantes del último semestre de la Licenciatura que estuvieron interesados en efectuar una crítica a su plan de estudios. Por medio de los tutores y directores de tesis, se contactó a los egresados para contestar un cuestionario breve de preguntas abiertas, vía correo electrónico. También se contactó a organizaciones de la sociedad civil que habían recibido a estudiantes para realizar prácticas profesionales y se les invitó a responder un cuestionario de preguntas abiertas. Se realizó un análisis FODA con los profesores de la Licenciatura en Comunicación Social.
2. Externa. Se contrató un despacho que realizó entrevistas focales a empleadores y estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, y se hizo un ejercicio a profundidad durante el proceso de acreditación y reacreditación del programa ante CONAC, donde el plan de estudio fue sometido a escrutinio de los evaluadores asignados por el organismo acreditador.

Además de lo anterior, la elaboración del nuevo plan de estudios requirió de un proceso de capacitación consistente en cuatro módulos de habilitación en el modelo educativo para la formación integral, así como del trabajo colectivo de los profesores del programa, y la asesoría de un gestor académico, designado por la Universidad para acompañar a los

profesores en el proceso de elaboración del nuevo plan de estudios. Con esta base, a continuación, se exponen los resultados del proceso aquí descrito, así como las propuestas del colegio de profesores para el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social.

El perfil del comunicólogo: revisión teórica y contexto laboral

Como parte del ejercicio grupal para modificación del plan de estudios de la licenciatura en Comunicación Social, los profesores trabajaron en la formación de un perfil comunicológico con base en los estudios referentes realizados. En esa dirección en este apartado se expone la revisión realizada por los profesores para la construcción de un nuevo perfil para el comunicólogo social de la UADY y un resumen de la situación del mercado laboral para el comunicólogo en la región.

Es importante reconocer que el campo académico de la comunicación surge en la primera mitad del siglo XX, ante la necesidad de mejorar los procesos comunicativos y con fines de propaganda en la Segunda Guerra Mundial. Como disciplina académica, la comunicación se fundamenta en la sociología, psicología, semiótica y economía política, entre otras. En el principio se privilegió la formación de escuelas periodísticas, pero con el paso de los años fue separándose de este eje.

Fuentes Navarro (1996) distingue tres tipos o perfiles ideales del comunicador en Latinoamérica: 1) disciplinas profesionales (como periodistas y profesionales de las industrias mediáticas); 2) formación profesional orientada por las humanidades y el espíritu crítico; 3) formación especializada en el campo científico, especialmente en la sociología y la política. No obstante, en nuestra experiencia, estos perfiles ideales se sobreponen en alguna medida.

En México, en cuanto a profesionistas de la comunicación especializados en la investigación, diseño, producción y difusión de información, existen cerca de mil programas de licenciatura con diferentes etiquetas; algunos de los títulos son los de Ciencias de la Comunicación, Comunicación, Ciencias y Técnicas de la Comunicación. En el mismo sentido, Fuentes Navarro identifica tres “modelos fundacionales” para el campo académico de la comunicación:

- 1) Formación periodística, como es el caso de la Escuela de Periodismo “Carlos Septién García” en la Ciudad de México (fundada en 1949); dicho modelo enfatiza la construcción y difusión de mensajes, así como valores utópicos, que para Fuentes Navarro, implican la honestidad, y lucidez ética para el ejercicio de la profesión. Las carreras de periodismo se transformaron progresivamente en licenciaturas en “ciencias de la comunicación” con motivo de su articulación con la investigación.
- 2) Intelectual humanístico, como propuso la Universidad Iberoamericana en 1960, para convertir al comunicador en un “intelectual desde una perspectiva humanística” (Fuentes, 1998, p. 97). El propósito del lineamiento era revalorar la condición humana (Naime, en Fuentes, 1998, p. 97), por lo cual el programa consideraba ampliar el sentido de la cultura, y consolidar los conocimientos generales del estudiante, científica y humanísticamente, en consideración a valores como la justicia, verdad, libertad, belleza, solidaridad.
- 3) Científico social: se enfatiza el espíritu crítico y sobre todo la capacidad de denuncia. Se prestó menor importancia a los aspectos técnicos y en cambio se destacaron aquellas asignaturas teóricas que promovían la crítica considerando a la comunicación como eje para la transformación.

En la década de los ochenta, el mercado laboral ejerce fuerte influencia en la oferta de licenciaturas en comunicación, sin considerar la necesidad de un proyecto específico. Esta situación deriva en que décadas más tarde se aparezcan cerca de mil programas más sobre comunicación, fenómeno que Fuentes Navarro calificó como una “desarticulación múltiple”, que afectó tanto a la investigación como a la docencia de dicho campo.

Por otro lado, la reflexión teórica de Gregory Bateson (en Karam, 2007) señala que los objetos o temas de la comunicación pueden situarse en cuatro niveles principales: Intrapersonal (de la persona consigo mismo), Interpersonal (entre dos personas), Grupal (que puede ser de “uno a muchos” o de “muchos a uno”) y Cultural (de “muchos a muchos”, ligados ya sea en tiempo o en espacio).

En México, el estudio de la comunicación intrapersonal ha sido poco desarrollado. La comunicación interpersonal, en cambio, sí ha tenido mayores espacios, como por ejemplo en

la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), que comenzó a trabajar sobre ella en 2007 bajo el título “comunicación intersubjetiva”, y además ha sido manejada en las diversas escuelas de comunicación con el título de “comunicación humana”. La comunicación organizacional corresponde al tercer nivel. Por su parte, el cuarto nivel, referente a la comunicación mediática, comunicación política, estudios de recepción, periodismo y economía política, entre otros, constituye el objeto más comúnmente estudiado en el ámbito de la comunicación, tanto en materia de investigación como profesionalmente. Pese a lo anterior, Bateson no consideró un quinto nivel, correspondiente al ciberespacio, la internet y las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en general. Dicho campo del mundo actual resulta indispensable para el estudioso y profesionalista de la comunicación. Los aspectos previamente referidos son congruentes con otras aproximaciones teóricas, la mayoría de ellas provenientes del campo de la sociología, pero también de la psicología, la cibernética, la semiótica, la lingüística, la economía y la antropología. Al respecto, Karam (2005b) destaca seis modelos principales: conductista, funcionalista, comunicación de masas, estructuralista, modelos matemáticos informacionales, modelos sistémicos y modelo crítico-dialéctico.

En esta dirección, actualmente la comunicología se considera como una ciencia de carácter interdisciplinario que atiende y analiza los sistemas de comunicación humana y sus medios. En este marco, la Universidad Autónoma de Yucatán presenta la Licenciatura en Comunicación Social, cuyos egresados deben conocer las perspectivas y modelos que sustentan teóricamente su profesión.

En cuanto a las competencias de la disciplina, Fuentes Navarro (2005) explica que deben ser definidas en función de la capacidad -individual y de grupo- para transformar las estructuras de significación, poder y legitimidad, a través de diversos recursos comunicativos. Las principales competencias que argumenta son:

- 1) Dominio el lenguaje.
- 2) Control de la información.
- 3) Ejercicio ético.
- 4) Condición educativa de la comunicación.

Las consideraciones previas relacionadas con los aspectos teóricos de la comunicación que derivan en ejercicios profesionales, y las evaluaciones internas y externas del programa se pusieron en engranaje para con un estudio del mercado laboral en el que en términos generales se encontraron dos grandes áreas como las fuentes más importantes de empleo: industria mediática e hipermedios, y organizaciones de la sociedad civil. En cuanto a la industria mediática, la Secretaría de Gobernación de Yucatán (SEGOB, 2013), reporta que los principales medios consumidos por los meridianos son la televisión (99%), radio (63%), periódicos (69%) e Internet (55%); y después continúan las revistas (29%).

Para el año en que se realizaron las investigaciones para el nuevo plan de estudios (2013), en el ámbito de medios escritos la SEGOB informaba que en Yucatán se encontraban registrados ocho rotativos de circulación estatal (SEGOB, 2013): dos semanarios, que tiran en conjunto 26,709 ejemplares cada día de la semana; dos rotativos tipo tabloide que en conjunto tiran 97,937 ejemplares cada día de la semana, y cuatro rotativos de menor impacto que tiran un total de 120,891 ejemplares.

En materia de medios audiovisuales, según lo reportado en el listado de empresas de radio y televisión de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), en Yucatán se encontraban registradas 15 estaciones de radio AM, en Mérida, Valladolid y Tizimín. Con respecto a televisión, existen 10 empresas, que corresponden tanto a canales locales como repetidoras (CIRT, 2013).

En cuanto a hipermedios, especialmente sobre Internet, cuyo carácter es totalmente diferente a los medios tradicionales, para el año de las investigaciones del plan de estudios no se encontraban datos oficiales sobre la presencia estatal o nacional de dicho rubro. Sin embargo, la investigación Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2013, elaborada por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), reportaba que de 2006 a 2012, la cantidad de usuarios que empleaban la red para diversos fines incrementó en poco más del doble. Así, para 2012 la cifra de internautas en México era de aproximadamente 45.1 millones.

En Yucatán, para el año estudiado, se reportaban dos casos importantes en manejo de hipermedios, especialmente en materia de redes sociales virtuales (RSV). Destacaba el *Diario de Yucatán*, que entonces tenía 61 mil 167 seguidores en su cuenta de Twitter; en tanto que en Facebook contaba con 42 mil 448 seguidores. Otro ejemplo de periodismo local, que dirigió esfuerzos hacia los medios digitales y la promoción a redes sociales virtuales, era

Milenio Novedades, que no contaba tantos seguidores, pero que sí tenía una actividad importante. Para 2013, la cuenta en Twitter de *Milenio* reportaba 16 mil 250 seguidores; mientras que su cuenta Facebook señalaba un total de 11 mil 440. En ambos se observaba la transición del periodismo impreso a los medios digitales, así como la difusión del trabajo periodístico a través de las RSV.

Con respecto a las Organizaciones Sociales y Civiles (OSC), que en Yucatán han sido una alternativa de atención a las necesidades diversas, se encontró que éstas ofrecen un buen espacio para los aportes teóricos y técnico-prácticos de la comunicología. De acuerdo con la Comisión de Fomento a las Actividades de la Sociedad Civil, para 2013 en Yucatán existían 349 organizaciones de la sociedad civil registradas, en tanto que 380 habían ingresado una solicitud en espera de la autorización legal para su constitución. Dichas organizaciones se dedicaban a atender asuntos como asistencia social, alimentación, participación ciudadana, asistencia jurídica, desarrollo de comunidades indígenas, equidad de género, discapacidad, entre otros. Pese a los datos anteriores, también es importante destacar que aparte de las 349 organizaciones constituidas en el Estado de Yucatán, existían cerca de 918 que no contaban registro legal y que aun así trabajaban sobre los mismos temas en el ámbito rural y urbano. En las últimas décadas, las OSC en Yucatán fueron profesionalizándose, por lo que actualmente constituyen espacios importantes para los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social de Facultad de Ciencias Antropológicas de la Universidad Autónoma de Yucatán, que se acercan a las OSC con el objetivo de fortalecer la articulación entre éstas y las universidades para el impulso de proyectos alternativos dirigidos al desarrollo e incidencia en política pública.

El perfil del comunicólogo MEFI

De la revisión teórica y contextual anterior, y como resultado de los trabajos grupales, se procuró que en el perfil del Licenciado en Comunicación Social se privilegiara la pertinencia social del programa educativo para formar profesionales altamente capacitados y comprometidos con el desarrollo y el cambio social. En ese sentido, el Licenciado en Comunicación Social egresado de la UADY debe contar con una sólida formación teórica y metodológica, así como también debe poseer pericia en el manejo de medios y tecnologías

de la información y la comunicación; su ejercicio deberá ser responsable, reflexivo, crítico y ético.

De esta forma, las áreas profesionales y/o de desempeño del Licenciado en Comunicación de la UADY propuestas en el plan de estudio fueron las siguientes:

- Experto en el diseño y el manejo de la información en diversos contextos y ámbitos sociales;
- Mediador entre diversos grupos, instituciones, organizaciones y actores sociales, promoviendo la construcción del diálogo en torno a las problemáticas socioculturales y medioambientales más apremiantes, la incidencia social en políticas públicas y el acceso al conocimiento y a la información a través del uso de las innovaciones tecnológicas y las formas tradicionales de comunicación;
- Investigador social, capaz de coadyuvar, a través del conocimiento generado, en los procesos del desarrollo y el cambio social (Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, 2016, pág. 19).

Como se mencionó previamente, el diseño de la propuesta de modificación parte de un trabajo colectivo de los profesores del programa, que se ha distinguido por su planta docente capacitada y actualizada en teorías, metodologías, medios y tecnologías, indispensables para el desenvolvimiento eficaz en el campo profesional. La forma en que se operará el plan de estudios se resume en el siguiente apartado extraído de la propuesta aprobada por el Consejo Universitario:

La Facultad de Ciencias Antropológicas dispone de la infraestructura, acervo bibliográfico y electrónico, laboratorios y equipos necesarios para llevar a cabo el proceso de formación profesional de una manera eficiente. Existe un compromiso con la actualización continua por parte de la planta docente y la modernización de la infraestructura y equipos que los estudiantes utilizarán durante su proceso formativo (Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, 2016, pág. 20).

Resultados y resumen de modificación

Como parte de los resultados obtenidos en los estudios de pertinencia, factibilidad y evaluaciones realizadas al programa, se encontraron los siguientes problemas:

- 1) Necesidad de organizar las materias en ejes especializados, y con la integración de academias por parte de los profesores según sus áreas de especialidad.
- 2) Necesidad de actualizar los contenidos de los programas de las asignaturas en atención a las tendencias emergentes sobre comunicación y educación, lo cual debía reflejarse igualmente en la malla curricular.
- 3) Bajos índices de titulación debido a que el programa se limitaba a tres únicas formas de titulación (memoria de prácticas profesionales, proyecto integrador y tesis); como consecuencia, muchos egresados con otras habilidades que no correspondían al campo de la investigación (por ejemplo, estudiantes con habilidades para la elaboración de trabajos audiovisuales), no lograban maximizar su potencial, y tampoco conseguían su título.

Resolver los incisos uno y dos requirió de una amplia discusión entre los profesores que llegó a extenderse por un periodo de dos años, concluyendo que, en consideración a los estudios del campo laboral, del campo académico, de empleadores, de egresados, de factibilidad y de pertinencia, considerando también las necesidades sociales del sureste mexicano, se concluyeron las siguientes áreas de competencia para el comunicólogo social de la Universidad Autónoma de Yucatán:

- Tecnologías y medios de comunicación
- Comunicación, desarrollo y cambio social
- Comunicación organizacional
- Investigación en comunicación

La síntesis de cara área se puede observar en la siguiente imagen:

Tecnologías y medios de comunicación	Comunicación, desarrollo y cambio social	Comunicación organizacional	Investigación en comunicación
Produce y gestiona mensajes escritos, gráficos, radiofónicos, audiovisuales y multimedia en contextos de diversa índole, utilizando las tecnologías de la información y comunicación, y medios de comunicación bajo un análisis riguroso y sistemático de la información, que contribuya a la solución de necesidades comunicativas de manera eficaz y pertinente.	Diseña, aplica y evalúa programas en apoyo al desarrollo y el cambio social en contextos comunitarios, con base en investigación y diagnóstico social, de manera participativa, pertinente y sustentable.	Diseña e implementa estrategias de comunicación a partir del diagnóstico de problemas comunicacionales en organizaciones públicas y privadas para la optimización del desempeño y el cumplimiento de sus metas, de manera ética y responsable.	Diseña e implementa proyectos de investigación básica y aplicada en el ámbito de la comunicación en entornos socioculturales rurales y urbanos para la comprensión y solución de problemas de manera pertinente, ética y responsable.

Figura 1. Competencias de egreso (Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, 2016, pág. 34).

Como puede apreciarse, las áreas de egreso responden a los problemas y necesidades detectadas en los diferentes estudios realizados; asimismo se enmarcan y dan seguimiento a la revisión teórica y oportunidad laboral previamente referido. En esa dirección, las nuevas áreas atienden tanto el aspecto mediático e hipermediático de la comunicación, como el eje de la investigación y el cambio social, de forma que el nuevo perfil se presenta de manera integral, tal como se expresa en el MEFI.

En ese sentido, el nuevo plan de estudios es flexible y está alineado a la misión y visión institucionales, así también como a los principios fundamentales de la UADY y las recomendaciones para la implementación del MEFI en los programas educativos, a fin de promover la formación integral del estudiante desde un sentido humanista.

En cuanto a la malla curricular, el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social se organizó idealmente en ocho semestres en donde el estudiante debe cursar un total mínimo de 320 créditos. Para ello podrá cursar tres tipos de asignaturas: obligatorias, optativas y libres, las cuales están distribuidas en relación al mínimo de créditos por cada tipo, de la siguiente manera:

Primer		Segundo		Tercer		Cuarto		Quinto		Sexto		Séptimo		Octavo	
CSFN001	8	CSFN2001	8	CSFN3001	8	CSFN4001	7							CSSE8001	8
Teorías de la comunicación I		Teorías de la comunicación II		Teorías de la comunicación III		Mercadotecnia social y publicidad								Seminario de titulación	
08 HT	N	08 HT	N	08 HT	N	12 HT	N							224 HT	CSIC7001/ CSME7002
64 HP	64 HNP	64 HP	64 HNP	64 HP	64 HNP	56 HP	56 HNP							64 HT	80 HNP
CSFN002	7	CSFN2002	8	CSFN3002	7										
Legislación, ética y derecho a la información		Semiótica y discurso		Introducción al periodismo											
12 HT	N	08 HT	N	12 HT	N										
56 HP	56 HNP	64 HP	64 HNP	56 HP	56 HNP										
CSFN003	8	CSFN2003	8	CSIC3003	7	CSIC4002	7	CSIC5001	9	CSIC6001	8	CSIC7001	9		
Problemas sociales contemporáneos en México y Yucatán		Teoría de sistemas		Introducción a la investigación en comunicación		Métodos y técnicas de investigación en comunicación		El proceso de investigación en comunicación		Investigación de campo		Análisis de material			
08 HT	N	08 HT	N	12 HT	N	12 HT	CSIC3003	14 HT	CSIC4002	10 HT	CSIC5001	14 HT	CSIC6001		
64 HP	64 HNP	64 HP	64 HNP	56 HP	56 HNP	56 HP	56 HNP	64 HP	80 HNP	48 HP	12 HNP	64 HP	80 HNP		
				CSCR3004	7	CSCR4003	7								
				Teoría de la organización		Comunicación organizacional									
				12 HT	N	12 HT	CSCR3004	CSSE5002	9	CSSE6002	9	CSME7002	8	CSME8002	6
				56 HP	56 HNP	56 HP	56 HNP	Diagnóstico de problemas sociales y organizacionales		Diseño de proyectos sociales y organizacionales		Formación en la práctica		Cultura emprendedora	
CSME004	6	CSME2004	6	CSCM3005	7	CSCM4004	7	14 HT	CSCR4003/ CSCM4004	14 HT	CSSE5002	240 HT	CSSE6002/ CSTC6003	96 HT	N
Responsabilidad social universitaria		Cultura maya		Comunicación intercultural		Comunicación, desarrollo y cambio social		14 HT	80 HNP	14 HT	80 HNP	240 HP	0 HNP	48 HP	48 HNP
06 HT	N	06 HT	N	12 HT	N	12 HT	N								
48 HP	48 HNP	48 HP	48 HNP	56 HP	56 HNP	56 HP	56 HNP								
CSTC005	8	CSTC2005	7	CSTC3006	7	CSTC4005	9	CSTC5003	9	CSTC6003	9				
Comunicación gráfica		Taller de fotografía		Producción radiofónica		Producción audiovisual		Producción televisiva		Diseño y producción de información multimedia					
08 HT	N	12 HT	N	12 HT	N	14 HT	N	14 HT	CSTC4005	14 HT	CST005				
64 HP	64 HNP	64 HP	48 HNP	56 HP	56 HNP	84 HP	80 HNP	64 HP	80 HNP	64 HP	80 HNP				
37 Créditos		37 Créditos		43 Créditos		37 Créditos		27 Créditos		28 Créditos		15 Créditos		20 Créditos	
16 Créditos de asignaturas libres															
48 créditos de asignaturas optativas															
CSME7003 Servicio social 480 HP / 12 C															

Figura 2. Malla curricular de la Licenciatura en Comunicación Social. (Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, 2016, pág. 34).

Como se explicó previamente, la malla curricular considera todas las observaciones señaladas al plan de estudios, especialmente en términos de organización de académicas y de actualización en contenidos y áreas de competencia.

Por otra parte, en materia de opciones de titulación, la modificación adoptó los lineamientos de titulación del MEFI, que señalan que el estudiante podrá obtener el título de dos maneras:

- 1) Aprobar el total de créditos y obtener desempeño satisfactorio, el menos en el 50% de las áreas que conforman el Examen General de Egreso de la Licenciatura (EGEL). Cabe destacar que aquellos planes de estudio en los que todavía no existe el EGEL, el estudiante podrá obtener el título con la aprobación total de créditos del plan de estudios. Este último es el caso de la Licenciatura en Comunicación Social, con lo que se prevé que los índices de titulación mejoren notoriamente.
- 2) Mediante la presentación de una tesis que deberá concluirse en el proceso de

formación profesional y no después. Con este apartado se conserva igualmente la tradición en investigación que se ha seguido en la Licenciatura desde su fundación.

Las nuevas formas de titulación del programa educativo contemplan las diferentes habilidades y competencias de los comunicólogos: quienes deseen obtener el título de manera inmediata podrán hacerlo solicitando el examen profesional con la terminación de créditos; y quienes deseen sumar a su trayectoria la elaboración de una investigación formal, podrán desarrollar una tesis, que se espera sea presentada al término inmediato de sus créditos.

Consideraciones finales

Desde luego que el cambio de los programas de estudio, considerando la formación integral y el diseño curricular por competencias, no es exclusivo de la Universidad Autónoma de Yucatán, sino que forma parte de políticas nacionales e internacionales para la Educación Superior; sin embargo, hay algunos elementos importantes que distinguen el camino seguido en la actualización del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, la cual ha ido definiendo su identidad a más de 15 años de haber sido creada. Hoy día tiene algunos sellos que la caracterizan entre las más de mil ofertas de planes de estudio en el campo de la comunicación a nivel nacional.

Primero habría que decir que es una de las pocas que llevan el apellido “social” junto con la Universidad Regiomontana y la Universidad Autónoma Metropolitana de la Ciudad de México. A continuación, habría que destacar que también es una de las pocas que tiene un área de competencia enfocada al desarrollo y cambio social. Este interés lo comparte con la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Esa vocación ha caracterizado a la licenciatura desde su inicio y continúa siendo fundamental en la formación de los estudiantes. Otra de las características de la licenciatura que ya estaba presente desde su origen, pero de manera implícita, es el interés por el carácter científico del campo y la rigurosa formación metodológica en este sentido. En el antiguo plan de estudios este interés estuvo vinculado a la titulación por tesis, que era la opción más socorrida por los estudiantes y que produjo una gran cantidad de investigaciones en el campo, algunas sistematizadas y publicadas en los *Cuadernos de Investigación en Comunicación* producidos desde esta licenciatura. Si bien las tesis quedaron como opción de titulación, y es de esperarse que la mayoría de los estudiantes

opten por la finalización de créditos; no obstante, la investigación se reconoce en el nuevo plan de estudios como área de competencia, lo que garantiza de alguna manera que los jóvenes continuarán siendo formados en el pensamiento y la metodología científica.

Otro cambio relevante en el plan de estudios vigente ha sido la desaparición del área de publicidad como área de competencia. Esta decisión estuvo relacionada con el énfasis social, no mercadológico, de la licenciatura, aunque se ha conservado una formación básica en estrategias publicitarias, encaminadas a un uso social en la promoción de servicios e ideas que promuevan el desarrollo y el cambio social.

Finalmente, este nuevo plan de estudios entró en vigencia en el año 2016. Estamos conscientes de que todavía están por verse sus resultados y que la formación basada en competencias debe someterse a prueba. La evaluación periódica del programa educativo permitirá a docentes, estudiantes, egresados y empleadores reflexionar acerca de lo que está funcionando y lo que debe cambiar para dar respuestas pertinentes y contribuir a la solución de las necesidades y problemáticas más apremiantes de nuestro tiempo y espacio.

Bibliografía

- Asociación Mexicana de Internet. (2013). *Hábitos de los usuarios de internet en México. 2013*. Recuperado de <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos>
- Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (2013). Recuperado en: http://www.cirt.com.mx/directorio_estados/dir_yucatan.html
- Escuela de Periodismo Carlos Septién García (2013). *Acerca de la escuela. Presentación*. Disponible en <http://septien.mx/acerca-de-la-escuela/presentacion/>
- Fuentes Navarro, R. (1996). *La investigación en comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara ITESO.
- Fuentes Navarro, R. (2005). La universidad como instancia educativa y la comprensión de la comunicación como proyecto social. *Comunicacao e Sociedade*, 27(44), 69-84.
- Gobierno del Estado de Yucatán. (2012). *Plan Estatal de Desarrollo, Yucatán*. Recuperado en: <http://www.yucatan.gob.mx/gobierno/ped/PED-2012-2018-Yuc.pdf>
- Karam, T. (2007). Epistemología y Comunicación en la obra de Gregory Bateson. *Entelequia. Revista Interdisciplinar*, 03, Primavera 2007. pp. 127-140. Disponible en <<http://www.eumed.net/entelequia/es.art.php?a=03a07>
- Karam, T. (2005b). Una Introducción al Estudio de la Epistemología de la Comunicación desde la obra de Manuel Martín Serrano. *Cinta de Moebio* 24. Recuperado de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/24/karam.htm>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2005). *Definición y selección de competencias clave*. Recuperado de: <http://www.deseco.admin.ch/bfs/deseco/en/index/03/02.parsys.78532.downloadList.94248.DownloadFile.tmp/2005.dscexecutivesummary.sp.pdf>
- Secretaría de Economía. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. México. Recuperado en: <http://pnd.gob.mx/>
- Sistema de Información Empresarial Mexicano. (2013). Listado de empresas de RTV y empleados en Yucatán. México. Recuperado de: <http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?language=0&captcha=1>
- Secretaría de Gobernación (2013). *Padrón Nacional de Medios Impresos*. México. Recuperado de: <http://pnmi.segob.gob.mx>

Universidad Autónoma de Yucatán (2002). *Modelo Educativo y Académico (MEYA)*. Mérida: UADY.

Universidad Autónoma de Yucatán (2006). *Propuesta de modificación al Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social*. Facultad de Ciencias Antropológicas. Campus Ciencias Sociales, Económico-Administrativas y Humanidades.

Universidad Autónoma de Yucatán (2012a). *Modelo Educativo para la Formación Integral (MEFI)*. Mérida: UADY.

Universidad Autónoma de Yucatán (2012b). *Modelo Educativo para la Formación Integral (MEFI)*. *Estudiantes*. Mérida: UADY.

Universidad Autónoma de Yucatán (UADY). (2010b). *Plan de Desarrollo Institucional 2010-2020 de la UADY*. México: UADY.

Universidad Autónoma de Yucatán (UADY). (2016). *Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social*. Facultad de Ciencias Antropológicas. Campus Ciencias Sociales, Económico-Administrativas y Humanidades.