

LÍNEAS CURRICULARES DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN EN MÉXICO: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE CAMPUS VERACRUZ

CURRICULAR LINES OF THE BACHELOR OF COMMUNICATION IN MEXICO: CASE OF UNIVERSIDAD DE ORIENTE CAMPUS VERACRUZ

JOSÉ ROLANDO
SOLANO GÓMEZ¹

Resumen

Con base en el análisis descriptivo y reflexivo de la comunicación como profesión (apoyado en investigaciones que se extienden a los últimos veinticinco años en América Latina), este artículo busca esclarecer de forma concreta el estado actual de la formación universitaria de las escuelas de periodismo y comunicación, a partir de los antecedentes históricos de la carrera en el subcontinente, con especial interés en su desarrollo en México, así como analizar el perfil de egreso actual del Licenciado en Comunicación, sus fortalezas y deficiencias en cuanto a habilidades, destrezas y técnicas en relación con el mercado laboral latinoamericano. Se presenta al final una propuesta de actualización del programa educativo del caso del título.

Palabras clave: periodismo, comunicación, universidad, educación, profesional, áreas laborales.

Abstract

Based on the descriptive and reflexive analysis of communication as a profession (supported on research extending the last twenty five years in Latin America), this article seeks to clarify in a concrete way, the current state of university education in journalism and communication schools, from the historical background of the career in the subcontinent, with emphasis on its development in Mexico and to analyze the current graduate profile of the Degree in Communication, strengths and weaknesses in terms of skills, abilities and techniques in relation to the Latin American labor market. A proposal to update the educational program of the title case is presented at the end.

Key words: journalism, communication, university, education, professional, work areas.

¹ Universidad de Oriente Veracruz. Maestro. Veracruz, México.



Introducción

46

Cuando se habla de la comunicación en los países latinoamericanos, por lo general se piensa en esa área del sector productivo que controla los medios de comunicación de masas, aquellos que, según Thompson (1998), incluyen la producción institucionalizada y difusión de bienes simbólicos, así como la circulación pública de estos (p. 320): la prensa, la radio, la televisión, el cine y recientemente, la internet. Lógicamente, la percepción del aspirante a estudiante a la Licenciatura en Comunicación, en México, y gran parte de América Latina; sin embargo, el alumno se enfrenta desde su primer día a que no solo deberá conocer a fondo el funcionamiento de estos medios masivos, sino que además se capacitará en áreas tan dispares como la comunicación organizacional, la producción de contenidos audiovisuales y el análisis de contenido, por mencionar algunas. Esto, por un lado, le asegurará un campo de trabajo más amplio, una visión más global del proceso institucionalizado de la comunicación; pero por otro lado, limitará el nivel de profundización en el oficio periodístico, principalmente.

Es una realidad que actualmente la mayor parte de los egresados de dicha licenciatura, en Latinoamérica, no se dedican al periodismo. Irónico, siendo precisamente ese oficio el precursor de las Ciencias de la Comunicación, tal como se conoce hoy. El por qué se abandonó tan pronto el concepto curricular del periodismo, a favor de la comunicación como un todo, se explicará más adelante.

Lo interesante de esta información es que habiéndose ampliado el campo de estudio del estudiante de exclusivamente el periodismo (primordialmente en prensa escrita), al de la comunicación institucionalizada en general, es casi regla general que las empresas de medios de comunicación masiva se quejan de una falta de formación periodística en el egresado actual. Sin embargo, esas mismas empresas exigen que el licenciado sea capaz de aplicar un sinnúmero de habilidades y técnicas relacionadas a la producción de contenidos (incluyendo, aunque no limitada) a la prensa. Hoy en día, en el aula convive aquél que desea ser conductor de televisión y el que piensa convertirse en director de cine; la locutora radiofónica y el diseñador de audio; el futuro productor y la relacionista pública; el publicista y el emprendedor. Hay tantas ramas de la comunicación, que son enormes los retos para aquél académico que desee actualizar y homogeneizar los estudios de la comunicación en una institución.

Hay, por supuesto, grandes avances: los esfuerzos del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) en México, por estandarizar y acreditar la licenciatura, no han sido en vano. Hoy esta carrera se encuentra formalizada y profesionalizada hasta cierto punto; pero aún queda mucho por hacer. En este artículo se concentran los esfuerzos de varios autores latinoamericanos por dilucidar el problema curricular de la comunicación, además se ofrece al lector una propuesta metodológica a

la hora de generar un perfil de egreso consistente y completo del licenciado en Comunicación en México, tomando como caso la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Oriente campus Veracruz.

La Academia de la Licenciatura en Comunicación de dicha institución actualizó el plan de estudios de este programa entre marzo y agosto de 2017, de forma colegiada y tomando en cuenta el análisis realizado en esta investigación, dicha actualización merece, por lo tanto, un apartado al final de este texto.

1. Problemáticas en la formación universitaria de licenciados en Comunicación en América Latina

Se considera que la primera escuela reconocida de periodismo en México fue la Carlos Septién García, fundada en 1948 en la Ciudad de México; poco después, en 1951, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) abrió la Licenciatura en Periodismo, adscrita a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. La tercera universidad en ofrecer esta carrera profesional fue la Universidad Veracruzana, con la Escuela de Periodismo, en 1954 (Hernández, 2004, p. 112). A partir de los años sesentas, el periodismo pasó a formar parte de los planes de estudio de las licenciaturas en Comunicación, o información, bajo innumerables nombres, que van desde comunicación social, hasta francas especialidades como lo es publicidad y comunicación audiovisual. Hernández (2004), retomando a Marques (1988) y Andiñ (1991), apunta que

A partir de 1960, con la fundación de la primera carrera de Ciencias y Técnicas de la Información en el país por la Universidad Iberoamericana, será difícil diferenciar las carreras, específicamente orientadas a la formación de periodistas, de aquellas cuya intención es formar “comunicadores sociales”, con un perfil “polivalente” (p. 112).

Fue en 1959 cuando se inauguró el Centro Internacional para Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), durante la X Conferencia General de la UNESCO. Ya en 1974, Ordóñez revelaba que “El mercado ocupacional para los egresados de las escuelas de periodismo fue siempre insuficiente” (Ordóñez; como se citó en Mellado, 2009, s.p.), toda vez que el número de plazas siempre fue mucho menos que el número de egresados, y las empresas de medios de comunicación masiva consideraban insuficiente la formación de periodistas.

El objetivo de este organismo era desde su inicio promover en América Latina “Un ‘plan tipo’ de escuela de ciencias de la información colectiva para subsanar la brecha existente entre escuelas tradicionales de periodismo y las necesidades teóricas y prácticas derivadas de la emergencia de los medios electrónicos de comunicación” (Ordóñez, 1974; como se citó en Mellado, 2009, p. 13).

Esto promovió que en México y el resto de Latinoamérica se gestaran nuevos programas de estudio donde se incluirían no solo habilidades, destrezas y técnicas del periodismo, sino también habilidades asociadas a la comunicación organizacional, alternativa y audiovisual, entre otras. Muchos autores latinoamericanos han criticado

este modelo, “Argumentando la imposición de un modelo descontextualizado a la estructura social, cultural y educativa de la región, que sólo generaría inestabilidad dentro del campo” (Mellado, 2009, p. 14) en cuanto a las actividades a desarrollar.

Uno de los problemas clave a enfrentar en las academias de comunicación del país es el hecho de que estas licenciaturas abarcan tantas disciplinas, que el perfil de egreso es muy amplio, con serias deficiencias en áreas como el periodismo en los medios de comunicación masiva formales. Hernández (2004), apoyado en la investigación de García (2004), en su artículo “La formación universitaria de periodistas en México”, comenta:

Según el análisis de Caridad García en 2004, y con la información de los sitios disponibles de escuelas de comunicación (ella accedió a 64 páginas de las universidades que tienen la carrera de comunicación), se pueden encontrar hasta 20 nombres diferentes bajo los cuales se denomina la carrera, a saber:

1. Comunicación.
2. Ciencias de la comunicación.
3. Comunicación audiovisual.
4. Comunicación corporativa.
5. Comunicación social.
6. Comunicación y publicidad.
7. Comunicación y relaciones públicas.
8. Comunicación y tecnologías educativas.
9. Periodismo.
10. Publicidad y comunicación.
11. Comunicación organizacional.
12. Medios masivos de comunicación.
13. Comunicación e información.
14. Ciencias de la información y de la comunicación.
15. Comunicación académica.
16. Periodismo y comunicación.
17. Comunicación visual.
18. Comunicación multimedia.
19. Comunicación humana.
20. Ciencias y técnicas de la comunicación (p. 123).

Según datos recientes de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2018), actualmente en México existen 511 programas de estudio de licenciatura en comunicación y/o periodismo bajo distintos nombres. Hernández (2004) encontró que en 2004 existían “al menos 240 programas de formación universitaria relacionados con el campo de la comunicación” (p. 111) y “24 carreras o programas de estudio en México que incluyen la formación de periodistas de manera explícita” (p. 123), lo que se traduce en que el total de programas de estudio asociados a la comunicación en México se duplicó en los últimos diez años. Lo mismo ocurre con el número de aquellos explícitamente enfocados al periodismo, que creció a 48. Hay una clara tendencia en México a generar profesionistas interdisciplinarios de la comunicación, muy por encima de profesionistas capacitados para la labor periodística en medios masivos, pues aunque son más programas, la proporción se mantiene aproximadamente. Mellado *et al.* (2007) realizaron una investigación en Chile acerca de los perfiles profesionales en periodismo y comunicación:

En un primer término se detectaron cuáles eran las áreas laborales que, acorde a las competencias requeridas para el ejercicio de la profesión, emergían del trabajo de los periodistas. De esta forma, se encontraron las siguientes áreas:

- Producción de contenidos de prensa, área que abarca a los profesionales dedicados a la creación de contenido destinado a la información y/o el entretenimiento.
- Docencia, que contempla a los periodistas que imparten clases en cualquier plantel educacional.
- Producción de contenido institucional, área de agrupa a

los profesionales dedicados a generar productos asociados a la comunicación corporativa, sea ésta empresarial, institucional o gremial. -Producción independiente, abarca a periodistas que producen contenidos dedicados al entretenimiento, pero sin la perspectiva corporativa o de los medios de comunicación tradicionales (p. 151).

En Chile, como ejemplo ilustrativo de América Latina, se encontró que solo el 35% de los periodistas de la zona determinada trabajaban en la prensa organizada e institucionalizada (Mellado *et al.*, 2007, p. 15). Esto significa que el “65% de los periodistas no trabajan en medios de comunicación, siendo la comunicación organizacional y la formación académica, las que mayor empleo están generando (Mellado, 2009, p. 152). Caletti (1991; como se citó en Hernández, 2004), afirmaba que:

Nuestras carreras tienden a tratar de abarcar, resolver y dar cuenta de más problemas y realidades de las que cualquier carrera razonablemente puede. Desde la estética hasta la economía, desde el sonidista hasta el periodista deportivo o el gerente de comunicaciones, desde el analista crítico hasta el productor publicitario o el comunicador alternativo (p. 36).

Hernández (2004) apunta que “Uno de los reproches más fuertes que hacen los periodistas a las escuelas de comunicación, es que muy pocos maestros que enseñan periodismo son o han sido periodistas, y algunos ni siquiera conocen una sala de redacción” (p. 130). Los propios periodistas, directivos y empresarios de los medios opinan que las escuelas de comunicación no dan al estudiante los elementos suficientes para ejercer el periodismo.

Se menciona que es una licenciatura saturada, una moda y que “Existe un exceso de reporteros sin especialización, que los egresados están mal preparados, que padecen de un gran rezago cultural, que a los estudiantes les falta ser más analíticos” (Hernández, 2004, p. 131).

2. Acreditación y evaluación de la Licenciatura en Comunicación

La lucha por una estandarización en cuanto a los programas de estudio afines a la comunicación ha sido ardua. Hernández (2004) da cuenta que:

Existen documentos oficiales que hablan de acciones de planificación o evaluación desde finales de los años setenta [...] Sin embargo, todavía en la década de los noventa, las instancias federales continuaban buscando mecanismos para la evaluación de las universidades públicas y privadas (p. 130).

Esta búsqueda dio como resultado la creación de la figura de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), que con carácter de autorregulación llevada a cabo por pares académicos se predispone la filosofía de trabajo, disponible en el sitio web de los CIEES, la misión de este organismo es “Promover el mejoramiento de la educación superior mediante evaluaciones externas, pertinentes, válidas y confiables de los programas educativos y de las funciones de las instituciones de educación superior, así como reconocer su calidad” (CIEES, s.a.). De acuerdo con cifras de la propia CIEES, se han acreditado, hasta el año 2018, 12 programas relativos a la comunicación y/o al periodismo, que contrastan grandemente con el dato dado

anteriormente, de 511 programas registrados por ANUIES; esto es, un 2.3% de total.

Por otro lado, el Consejo de Acreditación de la Comunicación y Ciencias Sociales (CONAC), organismo reconocido por el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) como acreditador de programas relacionados con las ciencias de la comunicación en México, menciona 35 programas educativos acreditados hasta junio de 2018, de entre los que destaca la Universidad Veracruzana, objeto de estudio de este artículo (CONAC, s.a.).

3. Estado actual de la guía curricular en el caso de la Universidad de Oriente campus Veracruz

50

Hernández menciona:

Resultaría ocioso analizar los contenidos de los planes de estudio para intentar una respuesta a la pregunta —“¿qué lugar ha tenido la enseñanza del periodismo en la formación de periodistas?”— pues [...] la enseñanza del periodismo en México no ha obedecido ni a un modelo de formación de periodistas, ni a un perfil profesional deseable [pero] es ilustrativo saber que en los planes de estudio las asignaturas relacionadas específicamente con el periodismo son muy escasas (2004, p. 132).

A fin de cuentas, la última palabra la tienen los formadores, los empleadores y los propios periodistas: “Todos coincidirían en decir que [...]

es mejor que los periodistas tengan escolaridad universitaria, aunque no necesariamente en comunicación o periodismo” (Hernández, 2004 p. 133). La misión de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Oriente campus Veracruz es:

Formar profesionistas emprendedores con valores humanos, que posean una actitud de liderazgo y compromiso con el desarrollo social del país y que sean estrategas en el uso de los elementos visuales y auditivos para transmitir efectivamente los mensajes objetivos en cualquier organización (Universidad de Oriente Veracruz, 2013).

En ese sentido, el programa de estudios de la Licenciatura de Comunicación está orientado a la generación de profesionales que generen mensajes a través de los canales adecuados, en organizaciones públicas o privadas.

El plan de estudios comprende 70 asignaturas, de las cuales 22 son materias de tronco común, incluyendo los idiomas inglés y francés. El resto se engloban en seis líneas curriculares: Formación teórica de la comunicación, Formación de medios de comunicación masiva, Formación técnica y tecnológica, Habilidades y destrezas de la comunicación, Herramientas de la comunicación organizacional y Formación en contextos socioculturales. A continuación se presenta una tabla que incluye el número de asignaturas de cada línea curricular (ver Tabla 1), y su respectiva proporción (ver Tabla 2).

Tabla 1. Número de asignaturas de la Licenciatura en Comunicación por líneas curriculares

Línea curricular	Número de asignaturas
Formación teórica de la comunicación	8
Formación de medios de comunicación masiva	8
Formación técnica y tecnológica	8
Habilidades y destrezas de la comunicación	8
Herramientas de la comunicación organizacional	7
Formación en contextos socioculturales	9
Total	48

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Porcentajes de asignaturas de la Licenciatura en Comunicación por líneas curriculares

Línea curricular	Porcentaje
Formación teórica de la comunicación	16.6%
Formación de medios de comunicación masiva	16.6%
Formación técnica y tecnológica	16.6%
Habilidades y destrezas de la comunicación	16.6%
Herramientas de la comunicación organizacional	14.5%
Formación en contextos socioculturales	18.7%

Fuente: elaboración propia.

Las primeras cuatro líneas curriculares (Formación teórica de la comunicación, Medios de comunicación masiva, Técnica y tecnológica,

Habilidades y destrezas de la comunicación) tienen exactamente la misma preponderancia en el programa, ligeramente por encima de la línea de Herramientas de la comunicación organizacional. El caso de la línea Formación en contextos socioculturales, es curioso toda vez que son asignaturas no disciplinares, sino más bien periféricas. Este resultado permite estar de acuerdo en las afirmaciones de Beltrán (como se citó en Hernández, 2004), reportero del semanario *Proceso*, en cuanto a que le parece injusto:

[...] que se ponga en una misma carrera a gente que quiere dedicarse al periodismo y a gente que quiere dedicarse al estudio de la comunicación [...] Poner a futuros periodistas y futuros estudiosos de la comunicación juntos [...] para mí equivale a poner a médicos y veterinarios en una carrera² (p. 132).

Esto permea en la percepción del alumno, al que se encamina a ser un generador de mensajes efectivo, conocedor de las habilidades, destrezas, técnicas y tecnologías que le permitirán desarrollarse en organizaciones públicas y privadas, pero de ninguna manera un periodista integral, oficio del que solo conoce los principios básicos. Esta es la opinión de muchos egresados de dicha institución. En consonancia, el perfil de egreso de la Licenciatura:

- Habilidades en las áreas de la comunicación para la producción de programas para radio o televisión.
- Habilidades para la iniciación de campañas publicitarias, investigación en materia de comunicación que permitan detectar y solucionar problemas en diferentes ámbitos como empresarial, político, social entre otros (Universidad de oriente Veracruz, 2013).

¹¹ Comunicación personal de Hernández con Pascal Beltrán del Río, reportero del semanario *Proceso* (Ciudad de México, septiembre de 1993).

Es importante resaltar que la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Oriente campus Veracruz se encuentra actualmente acreditada por CIEES desde 2019. De acuerdo con varias pláticas con alumnos, docentes y egresados de la Licenciatura, existe una brecha entre los conocimientos que se imparten durante la formación académica al futuro comunicólogo, vocablo ya aceptado por la Real Academia de la Lengua Española, que a su vez se desprende del vocablo comunicología y las exigencias, sobre todo de habilidades y destrezas, técnicas y tecnológicas, del campo laboral del comunicador. Las deficiencias van desde el uso de software diferente, pasando por conocimientos técnicos de equipos de producción, hasta las habilidades para redactar una cotización o un requerimiento.

Esto, sin embargo, no es privativo de la Licenciatura en Comunicación, sino que suele ser un impedimento en los egresados de casi la totalidad de las carreras. Este fenómeno de discordancia se gesta precisamente en el enfoque de la Guía Curricular de este programa en especial, siendo amplio y superficial al mismo tiempo, con asignaturas de comunicación organizacional conviviendo con las periodísticas, por ejemplo.

4. Actualización del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación para la Universidad de Oriente campus Veracruz

Se presenta a continuación la propuesta de actualización curricular elaborada en el trabajo colegiado de la Academia de la Licenciatura en Comunicación, en la cual ya se han tomado en cuenta los resultados de esta investigación documental.

En la tabla 3 se presenta la propuesta de la nueva tira de materias, siempre en el modelo de plan flexible, del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación versión 2018, en espera de autorización por parte del Consorcio Educativo de Oriente y las autoridades correspondientes. Se encuentran agrupadas en las siguientes líneas curriculares: Formación teórica de la comunicación, Formación en medios de comunicación masiva, Habilidades y destrezas de la comunicación, Herramientas de la comunicación organizacional, Formación técnica y tecnológica y Formación en contextos socioculturales. Además, para mayor comprensión, la tabla 4 presenta las líneas curriculares y el número de materias en cada una.

Tabla 3. Número de asignaturas de la Licenciatura en Comunicación por líneas curriculares

Asignatura		
Principios básicos de la comunicación	Sociología	Video y televisión digital
Lingüística y fonética	Estudios de la imagen I	Estrategias publicitarias
Expresión escrita	Géneros periodísticos II	Edición digital de audio y video
Filosofía	Guionismo	Industrias culturales
Historia del arte	Mercadotecnia	Análisis del discurso
Teorías de la comunicación	Fotografía digital II	Radio II
Historia de los medios en México	Psicología	Video y televisión digital II
Expresión oral y no verbal	Estudios de la imagen II	Comunicación educativa
Comunicación organizacional	Periodismo digital	Derecho a la información y legislación de medios
Gestión de imagen	Audiovisual	Análisis de contenido
Cultura	Publicidad y propaganda	Cinematografía
Semiología	Gráficos digitales	Comunicación social
Géneros periodísticos I	Administración	Cine digital
Relaciones públicas	Estética	Comunicación política
Fotografía digital I	Radio I	Animación digital

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Número de asignaturas de la Licenciatura en Comunicación por líneas curriculares (actualización)

Línea curricular	Número de asignaturas
Formación teórica de la comunicación	8
Formación de medios de comunicación masiva	12
Formación técnica y tecnológica	6
Habilidades y destrezas de la comunicación	3
Herramientas de la comunicación organizacional	8
Formación en contextos socioculturales	
Total	37

Fuente: elaboración propia.

Conclusión

Mellado (2007) concluye su trabajo:

Que la mayor parte de los profesionales de la comunicación en el área geográfica estudiada no se desenvuelven laboralmente en medios de comunicación de masas, no quiere decir necesariamente que haya habido una reflexión teórica sistemática por parte de las universidades y entidades formadoras, un diálogo país entre distintas regiones, ni tampoco exista un perfil claro de egreso respecto a lo que se espera del nuevo comunicador social [...] Sólo basta observar [...] que las mallas universitarias vinculadas al Periodismo en Chile aún priorizan, pese a los resultados encontrados, la formación en Producción de Contenido de Prensa (p. 158).

En México, la situación no es diferente. Hernández (2004) finaliza con la interrogante:

¿Se puede hablar de un cambio en la calidad de las prácticas periodísticas por la intervención de los egresados de escuelas de periodismo?

[...] cabe señalar que el problema de la calidad del periodismo no se reduce, por supuesto, al de la calidad de su enseñanza en las universidades (públicas o privadas) [...] Hay quienes consideran que el cambio necesario en el periodismo (incrementar su calidad) debe surgir de los propios medios, no de las universidades. Sin embargo, hay que reconocer que se requiere repensar el o los modelos de formación universitaria, más allá de las adecuaciones técnicas y tecnológicas que exige el mercado laboral, y sabiendo que el problema de fondo es estructural y que reclamaría tanto el análisis del nivel educativo general en México [...] como

el del papel de la educación superior en el país, que [...] parece estar aplazando el ingreso del cada vez mayor número de jóvenes al cada vez más restringido mercado de trabajo (p. 133).

McLuhan y Quentin decían “El medio es el mensaje [...] aludiendo con ello a que los mensajes emitidos por los medios no deben leerse en sus contenidos, sino en la forma en que cada medio redefine las pautas de la interacción humana” (1967; como se citó en González, 2012, p. 96).

El comunicólogo actual, ese profesionista integral de la comunicación, debe comprender este concepto rector de su formación académica. El medio es el mensaje, por lo tanto todas las habilidades, destrezas y técnicas aprendidas durante su carrera profesional, deberían obedecer a esa máxima *macluhaniana*. De este modo, la labor periodística (siempre desde el punto de vista *macluhaniano*) es solo un medio más, una forma de expresar el contenido. Si se adopta esta fórmula como aproximación epistemológica para el caso particular, las líneas curriculares pueden converger en un perfil de egreso estable, bien definido y especializado.

Por lo tanto, bajo este enfoque, el perfil de egreso del Licenciado en Comunicación podría ser definido de la siguiente forma: un profesionista con las habilidades, destrezas y técnicas que le permiten planear, diseñar, emitir, analizar y recibir mensajes comunicacionales, para cubrir las necesidades sociales y económicas públicas y privadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andión, M. (1991). La formación de profesionales en comunicación. *Diálogos de la Comunicación*, 31, 55-63.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) (2018). *Anuario estadístico de educación superior licenciatura*. Disponible en: <http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Caletti, S. (1991). Profesiones, historia y taxonomías: algunas discriminaciones necesarias. *Diálogos de la comunicación*, 31, 25-36.
- Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) (s.a.). *Misión y Visión*. Disponible en: <https://www.ciees.edu.mx/version1/acerca-de-los-ciees/mision-y-vision/>
- Consejo de Acreditación de la Comunicación y las Ciencias Sociales A.C. (CONAC) (s.a.). *Proceso de Acreditación*. Disponible en: <https://www.conac-ac.org/v2/programas-academicos-con-primera-acreditacion/proceso-de-acreditacion/>
- García, C. (2004). La formación académica de los comunicadores multimediáticos en México. *Sala de Prensa*, V(63), 2.
- González Alonso, C. (2012). *Principios básicos de comunicación*. México: Trillas.
- Hernández, M. E. (2004). La formación universitaria de periodistas en México. *Comunicación y sociedad*, 1, 100-138.
- Marques de Melo, J. (1988). Desafíos actuales de la enseñanza de la Comunicación. Reflexiones en torno a la experiencia brasileña. *Diálogos de la comunicación*, 19, 4-12.
- McLuhan, M. y Quentin, F. (1967). *The medium is the message*. Estados Unidos de América: Random House.
- Mellado, C., Simon, J., Barría, S. y Enríquez, J. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 23, 139-164.
- Mellado Ruíz, C. (2009). Evolución del campo ocupacional y académico del periodista latinoamericano: lógicas del mercado y esquemas de formación. *Opción*, 59, 11-24.
- Universidad de Oriente Veracruz (2013). *Plan estratégico de desarrollo de la Licenciatura en Comunicación 2011-2016*. Veracruz, México: UOV.
- Thompson, J. (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.