

Justificación

Después del movimiento estudiantil que permitió la creación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, se diseñó el plan de estudio 82-1. Éste se consideró con dos especialidades: comunicación educativa y publicidad y propaganda. La principal característica de este plan, era su estructura bien definida que permitía al egresado suficiente conocimiento para desarrollarse profesionalmente en esas áreas. De esta manera el alumno desde que ingresaba a la licenciatura, sabía que tenía que seleccionar alguna especialidad.

El plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 85-02 de la Universidad de Sonora, vigente durante 19 años, contemplaba por su construcción curricular la formación de estudiantes como científicos sociales. Aunque en el plan curricular no se observa alguna especialización como el plan 82-1 a finales de los 90's por acuerdo entre los académicos del programa docente, los estudiantes al inscribirse en el séptimo semestre tenían que elegir desde la asignatura Seminario de Investigación Regional I, una línea de investigación.

Las opciones que tenían eran Nuevas Tecnologías, Comunicación Organizacional, Comunicación y Salud, Comunicación y Cultura, Comunicación Política y Comunicación Educativa. Estas fueron apareciendo de manera gradual dependiendo de la experiencia de la planta docente contratada. La opción de Nuevas Tecnologías tuvo poca permanencia y la última en ofrecerse fue la de Comunicación y Salud.

En el plan de estudio 85-2, podemos identificar las materias obligatorias y optativas que podrían estar relacionadas con las líneas de investigación, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 1
Relación de materias con líneas de investigación

Materias	Líneas de investigación
Fotografía Prensa Radio Cine Televisión Producción	Nuevas tecnologías
Cultura y Comunicación I y II Comunicación y Contexto Internacional	Cultura y Comunicación
Formación Social Mexicana I y II Sociología de la Comunicación I, II, III Régimen Legal de los Medios	Comunicación Política
Comunicación Organizacional Publicidad Relaciones Públicas	Comunicación Organizacional

Fuente: Parra y Félix, con base en el plan curricular de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Plan de estudios 85-02.

Como se puede observar sólo la línea de Comunicación y Salud no se relacionaba con la identificación de las asignaturas, propiamente por el término salud, aunque desde la dimensión de la comunicación se podían retomar los contenidos de las materias para trabajar en investigaciones sobre este contexto.

El objetivo de crear líneas de investigación fue para que el alumno al seleccionar el primer seminario de investigación, diseñara su proyecto de investigación y lo concluyera en el noveno semestre con el seminario de tesis. Esta práctica le permitiría al estudiante presentar el trabajo en examen profesional y alcanzar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. En este sentido, se pretendía también aumentar en la licenciatura el índice de titulación.

El acuerdo de crear líneas de investigación de alguna manera orientaba a los estudiantes a tomar decisiones sobre las áreas de comunicación en la que le interesaba integrarse en el ámbito laboral; sin embargo, si la opción que seleccionaba no era de su interés, no podía cambiarse a otra porque el semestre estaba ya corriendo y su inscripción formalmente había sido en ese grupo con una línea de investigación específica.

Tampoco se podía cambiar de opción en el siguiente ciclo escolar, porque los académicos sólo recibían en su grupo a los alumnos del seminario anterior. Aunque también había maestros que recibían estudiantes inscritos anteriormente en otras líneas de investigación pero que no necesariamente llegaban a cursar la línea de su interés.

Independientemente del seguimiento que se haya hecho sobre esta problemática, la pregunta es ¿Qué importancia tiene la comunicación? ¿Cómo se difunden los acuerdos o políticas académicas entre los docentes para que el alumno tome la mejor decisión en su formación académica? ¿Cuándo se debe hacer la toma de decisiones? Posiblemente la respuesta a esta última pregunta es sencilla: cuando la información sea oportuna.

Quienes cursamos el plan 85-2 durante la oferta de las líneas de investigación, el proceso de comunicación sobre estas fue el siguiente: la información que los estudiantes recibíamos se daba solamente al momento de inscribirse, es decir, sin ningún referente previo de los docentes que atenderían, ni de los contenidos de las cuatro líneas de investigación que se ofrecían en los seminarios de investigación.

Con el nuevo plan de estudios 2004-2 que tiene entre sus ejes de formación el especializante, las estrategias de comunicación entre directivos y estudiantes se han modificado. Pero ¿cuáles han sido los cambios? ¿La información que se difunde llega con oportunidad? La información que reciben los estudiantes ¿determina la selección de un eje especializante?

La importancia de estas preguntas obedece a:

1. La oferta en el plan 2004-2 contempla seis ejes especializantes: Comunicación y Cultura, Comunicación y Educación, Comunicación Periodística, Producción en Medios, Comunicación Política y Comunicación Organizacional.
2. El desarrollo de las competencias de identificación, diagnóstico, planeación, producción, intervención y evaluación.
3. El nuevo contexto de comunicación en el que se relacionan los estudiantes con la comunicación mediada por computadora.

Por ello este trabajo cobra relevancia debido a que:

Es el primer diagnóstico que se realiza para dar seguimiento a la aplicación de las estrategias de comunicación para dar a conocer los ejes especializantes. Además del diseño de una propuesta de mejora en la comunicación entre directivos y estudiantes de la licenciatura.