

TENDENCIAS GENERALES DE LA ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO*

GENERAL COMMUNICATION TEACHING TRENDS IN MEXICO

TENDÊNCIAS GERAIS DO ENSINO DA COMUNICAÇÃO NO MÉXICO



Ma. Antonieta Rebeil Corella

■ Doctora en Ciencias Sociales. Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte. Coordinadora Académica del Doctorado en Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac. Es Coordinadora del GI de Comunicación Integral en las Organizaciones de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (Amic) y miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic). Investigadora del Sistema Nacional de Investigadores. Cuenta con más de veinte y cinco años de experiencia en investigación, es coordinadora de varios libros: *Ética, violencia y televisión* (2007), *Comunicación estratégica en las organizaciones* (2006), *El poder de la comunicación en las organizaciones* (2000), *Perfiles del cuadrante* (4° reimp., 2005), *Ética, violencia y televisión* (2008), *Violencia mediática e interactiva* (2009), entre otros y ha participado con el capítulo para México en el *Global Public Relations Handbook* (2008).

■ E-mail: arebeil@anahuac.mx

Con la colaboración de Selene Portillo Barraza

■ Maestra en Ciencias de la Información y Administración del Conocimiento, ITESM, Campus Monterrey., Asistente de Investigación del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte. Ha participado en la elaboración del libro electrónico *Conversaciones* y en otras publicaciones.

■ E-mail: sportillo_@hotmail.com



* Este trabajo es un subproducto de una investigación titulada Mapa de los Centros de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe. La presente trata el caso de la Región México que fue encargada al Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y auspiciada por la UNESCO cuyos resultados se encuentran publicados en la dirección: www.felafacs.org/unesco. Los autores desean agradecer al CONEICC el apoyo brindado para la realización de la investigación. Así mismo, cabe reconocer la invaluable participación del Mtro. Jorge Hidalgo Toledo en este magno esfuerzo.

RESUMEN

Este proyecto enmarca el panorama actual del crecimiento acelerado y sin regulación de la enseñanza de la disciplina de la Comunicación en la Nación Mexicana en términos cuantitativos. Se lleva a cabo la comparación entre México y las distintas Regiones de América Latina. Contiene así mismo, la distribución de las escuelas y centros de formación en Comunicación ubicadas en las diversas Entidades Federativas, la regionalización de las instituciones que imparten esta disciplina en México, así como las vertientes temáticas impartidas en las mismas. El artículo ofrece reflexiones acerca de la proliferación desmedida de estas escuelas en ausencia de registros institucionales y sin la adecuada planeación en vinculación con las necesidades de desarrollo del país.

PALABRAS CLAVE: EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA COMUNICACIÓN; ESCUELAS DE COMUNICACIÓN; DISCIPLINA DE LA COMUNICACIÓN; INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN; TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.

ABSTRACT

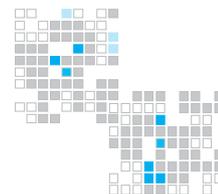
This project addresses the currency scenario of accelerated growth of Mexico's Schools of Communication, in quantitative terms. A comparison is made between Mexico and the various Regions of Latin America. It shows the distribution of the schools and skills development centers spread around the various Federative Entities the regionalization of institutions that impart the subject in Mexico as well as the thematic trends imparted by them. The article offers reflections concerning the excessive proliferation of such schools in the absence of institutional records and without the appropriate planning related to the country's development needs.

KEYWORDS: SUPERIOR EDUCATION IN COMMUNICATION; SCHOOLS OF COMMUNICATION; COMMUNICATION DISCIPLINE; COMMUNICATION INSTITUTIONALIZATION; COMMUNICATION RESEARCH; COMMUNICATION THEORY.

RESUMO

Este artigo discute o panorama atual de crescimento acelerado e sem regulação do ensino das escolas de Comunicação na Nação Mexicana em termos quantitativos. Faz uma comparação entre México e outras diferentes regiões da América Latina. Mostra a distribuição das escolas e centros de formação em comunicação instituídas nas diversas Entidades Federativas, a regionalização dessas instituições que ministra esta disciplina no México, assim como outras vertentes temáticas ministradas nas mesmas. Este artigo oferece reflexões sobre a proliferação desmedida destas escolas com ausência de registros institucionais e sem o adequado planejamento e adequação às necessidades do desenvolvimento do país.

PALAVRAS-CHAVE: EDUCAÇÃO SUPERIOR EM COMUNICAÇÃO; ESCOLAS DE COMUNICAÇÃO; DISCIPLINA DE COMUNICAÇÃO; INSTITUCIONALIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO; INVESTIGAÇÃO DA COMUNICAÇÃO; TEORIA DA COMUNICAÇÃO.



Introducción

A poco más de 70 años de la fundación de los estudios profesionales en Periodismo y 50 años del inicio de la enseñanza de la Comunicación en México¹, la disciplina se encuentra en un proceso de consolidación y de toma de identidad. No hay duda de que el campo laboral se profesionaliza a pasos agigantados, baste para ello ver el cúmulo de asociaciones profesionales de las distintas áreas de la disciplina: publicidad, comunicación organizacional, relaciones públicas, investigación, mercadeo, diseño y producción audiovisual y electrónica, opinión pública, creación de imagen, *media coaching*, entre muchas otras. Por otra parte, las áreas de convergencia con la comunicación señalan a la comunicación como un proceso humano fundamental y que está en el núcleo de los demás procesos sociales: políticos, sociales, económicos, culturales, educativos, y otros. Así mismo, basta ver la cantidad de revistas científicas y de divulgación con que cuenta el campo, algunas de éstas registradas en el padrón de revistas científicas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). De igual manera el crecimiento exponencial de los así denominados *hipermedios*, también llamados *nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC's)*, proliferan, convergen, se multiplican encaminando a los programas de la enseñanza de la Comunicación a formar a los Comunicólogos para los nuevos retos impuestos por estos medios. Ubicar a los Comunicólogos en pleno uso y control de la tecnología de Información y de la Comunicación debe estar siendo una de las metas actuales de los centros de formación del Comunicólogo. Se

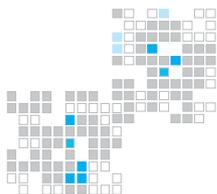
1 La primera Escuela de Comunicación en el país fue la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Fue fundada por Luis Beltrán Mendoza bajo los auspicios de Acción Católica Mexicana en Mayo 30 de 1939. Logró el registro formal ante la Secretaría de Educación Pública en Julio 2, 1976. El nombre de la Escuela se retoma de su segundo director. La primera Escuela de Ciencias de la Comunicación propiamente, data de 1960, fundada en la Universidad Iberoamericana de la Compañía de Jesús. Esta Escuela fue concebida e iniciada por el P. José Sánchez Villaseñor, S.J. y en este año cumple 50 años de fundada.

reconoce, no obstante, que existen los espacios que aún están lejanos de insertarse en este acontecer y de servir adecuadamente a la sociedad.

Las 74 Escuelas y Facultades de Comunicación de mayor calidad en el territorio nacional se encuentran asociadas en el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc), 22 han sido acreditadas por el Consejo de Acreditación en Comunicación, A.C. (Conac). De las demás existentes en el territorio nacional, poco se puede decir acerca de sus niveles de calidad, ya que no se han sometido a forma de acreditación alguna. Otro indicador fundamental tiene que ver con el registro oficial de los programas de estudio ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). Este último, es definitivamente el primordial elemento sin el cual no es posible hablar de que se cuenta con un programa de Licenciatura en Comunicación con reconocimiento oficial.² La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (Anuies) tiene registrados un total de 462 programas de Comunicación o relacionados con la misma concentrados en su mayoría en el Distrito Federal, seguidos por Puebla y Veracruz (2006-2007). Es posible suponer que estos 462 programas cuentan con el reconocimiento de la SEP.

De no estar registradas ante la Anuies y la SEP, se tienen unas escuelas o centros de formación en Comunicación que operan al margen de los mínimos requerimientos establecidos por el Estado Mexicano con validez para llevar a cabo dicha actividad. Año con año, se ha visto la intensa proliferación de más centros de formación de comunicólogos, periodistas y de educación de disciplinas aledañas, tales como la publicidad, las relaciones públicas, entre otras, que se suman a la larga lista de centros y escuelas que nacen sin regulación alguna, sin formalización institucional ante la Secretaría de Educación Pública.

2 SEP (2020) datos tomados de <http://sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/111102!1!PPProfesio.pdf> recuperada el 10 de septiembre de 2010.



Desde finales del siglo XX hasta la primera década del siglo XXI, la Enseñanza de la Comunicación en México ha alcanzado dimensiones sorprendentes [...]

En este mismo tenor, la preocupación por el crecimiento exponencial de las Escuelas y Centros de Formación en Comunicación, Periodismo, Mercadotecnia, Relaciones Públicas, Cine, Televisión, Diseños Audiovisual, entre otros, en el territorio mexicano, ha hecho eco en la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) y en la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, por sus siglas en inglés). Por esta razón, Unesco y Felafacs lanzaron la iniciativa conjunta de elaborar el *Mapa Regional de la Enseñanza de la Comunicación en América Latina* con el fin de obtener un primer diagnóstico de la situación que guarda dicha problemática en la región y analizar algunas de las tendencias que se manifiestan³. Los resultados del estudio completo se encuentran en la página WEB citada. El presente artículo ofrece una visión específica del caso Mexicano. Se considera que el asunto no es uno que pueda ser calificado de menor importancia y se propone como uno que merece la atención profunda de los estudiosos de la Comunicación en el Continente Latinoamericano.

El presente es un estudio predominantemente cuantitativo de la enseñanza de la Comunicación en la región mexicana y como se dijo anteriormente, forma parte de otros estudios del resto de Latinoamérica y el Caribe. Se pretende: 1) dar cuenta de las cifras más recientes que presenta la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (Anuies) para ofrecer, como contraste, las estadísticas obtenidas por la Región México para el estudio *Mapa Regional de la Enseñanza de la Comunicación en América Latina* realizado por el Centro

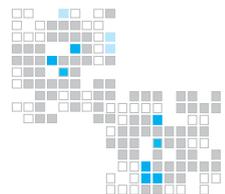
de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) para Unesco y Felafacs; 3) aportar reflexiones y recomendaciones encaminadas a la elaboración de políticas públicas que velen por su mejor desarrollo más acorde a las necesidades de los futuros licenciados y del país en el que están o van a laborar.

Institucionalización del Campo de la Comunicación

La institucionalización del campo de la Comunicación es el asunto central a tratar a manera de marco teórico y referencial. Para afirmar que existe formalmente la educación en Comunicación en México, dos de los autores que han tratado el tema de manera profunda y sistematizada, remiten el proceso a 1939, año que marca el origen de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García y a 1960, año en que fue fundada la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana.

Raúl Fuentes Navarro (2010), comunicólogo mexicano, ha dedicado una parte significativa de sus esfuerzos de investigación a sistematizar el inicio y el avance del campo de estudio de la Comunicación en México. Gracias a Fuentes, se ha articulado la generación de escuelas y facultades de Comunicación en el país con la producción del conocimiento de la disciplina. Si se va a hablar de la toma de identidad del campo de estudio, este autor es la referencia obligada. Las apuestas norteamericanas acerca del “fermento en el campo” encabezadas primero por Wilbur Schramm y más tarde por George Gerbner en el *Journal for Communication* dieron fe acerca de que la Comunicación era un campo de estudio en sí, una disciplina en pleno crecimiento. El

³ <http://www.Felafacs.org/Unesco/>



campo de estudio en México, se conforma por una parte, mediante la influencia norteamericana y la europea, que dejan su sello por muchos años, hasta que la disciplina genera pensadores propios en los países Latinoamericanos tales como Luis Ramiro Beltrán, Jesús Martín Barbero, José Marques de Melo, Antonio Pasquali, Eliseo Verón, Armand Mattelart, entre otros. Esta vena de pensamiento que se ha venido construyendo a lo largo de por lo menos 50 años, ha aportado los lineamientos propios de la teoría de la Comunicación al continente entero y por ende, a México.

En México, según María Antonieta Rebeil y Alberto Montoya (2008), son cinco las etapas que se detectan en la evolución de la disciplina. En los años 60's se marca por los inicios de las Escuelas de Comunicación en el país y los principios incipientes de la investigación de la Comunicación. En 1970 predomina la influencia de la economía política en la investigación sobre la comunicación masiva y los medios electrónicos. En los años 80's se perfila un claro interés por los procesos de recepción y la elaboración teórica y empírica de ese objeto de estudio. En los años de 1990 al 2000, aumenta la diversidad en el campo y la ampliación del objeto de estudio a campos aledaños. Del 2000 en adelante, los planes de estudio de las Escuelas de Comunicación crecen en complejidad y en su interés de dar respuesta a las necesidades sociales y del mercado laboral (Rebeil; Montoya, 2008).

Por su parte, Gustavo Adolfo León Duarte (2006), comunicólogo mexicano, se preocupa de manera fundamental por lo que él llama la *institucionalización* del campo de estudio de la Comunicación, señalando que dicha institucionalización se da en un espacio geográfico cuando se reúnen tres condiciones fundamentales: 1) La formación de la disciplina en las instituciones de educación superior; 2) La producción de conocimiento del campo a través de investigaciones científicas y su correspondiente divulgación y 3) La formalización de las prácticas profesionales en asociaciones,

consejos o federaciones.

Duarte data los inicios de cimientos de la investigación en comunicación en el contexto del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) en Quito, Ecuador, en 1959. A nuestros días es posible hablar de un pensamiento consolidado de la Comunicación en la región Latinoamericana, mismo que otros, denominan la Escuela Latinoamericana de Comunicación (Elacom) (León, 2006).

Los que contribuyeron a la gestación del pensamiento propio en América Latina fueron muchos científicos como se mencionó anteriormente. Algunos de los puntos que distinguen a esta línea de pensamiento con las iniciadas en Europa y Estados Unidos, tienen que ver con las propuestas del Nuevo Orden Internacional de Comunicación, las relaciones entre vida cotidiana y comunicación, la preocupación por la identidad cultural y las propuestas de comunicación popular y comunicación alternativa. El principal proponente de la Elacom es José Marques de Melo de Brasil.

Así mismo, la profesión de la Comunicación en México, cuenta con asociaciones, academias y consejos ampliamente consolidados. Ya se ha mencionado al Coneicc. Otros organismos importantes que agrupan a los académicos y profesionales son: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC); Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi); Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI); Academia Mexicana de Comunicación (AMC); Asociación Nacional de Publicidad (ANP); Asociación de Profesionales de las Relaciones Públicas (ProRP); Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO), entre otras.

Para fines de este estudio empírico que se presenta a continuación, se toma en cuenta básicamente la variable de la existencia de las Escuelas y Centros de Formación en Comunicación y disciplinas aledaños. Quedan pendientes una serie de preguntas de investigación que deberán ser retomadas por los estudiosos en tareas posteriores a la presente.

¿Cómo se compone el cosmos de los programas educativos de la Comunicación en México?

Al observar el panorama de la enseñanza de la Comunicación en México, la primera que pregunta que se hace esta investigación, es la conformación del mismo universo de Escuelas. Se reconoce que la enseñanza de la Comunicación abarca dos ámbitos diferentes: 1) todas aquellas unidades educativas formales que imparten la disciplina y la práctica de la Comunicación; 2) aquellas iniciativas de capacitación y entrenamiento que se llevan a cabo a través de organizaciones, empresas consultoras, de capacitación e instrucción fuera de las aulas y de la enseñanza formal.

Para propósitos de la presente investigación se toman en cuenta solamente aquellas actividades de formación que se dan en el marco de establecimientos creados con el fin específico de formar en la disciplina de la Comunicación y se integran como parte de programas escolarizados formales y que busquen con ello que los educandos obtengan un grado académico (Licenciatura), independientemente de que estén estos regularizados o no ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). Quedan excluidas, pendientes para futuras investigaciones, aquellas actividades formativas que llevan a cabo empresas u organizaciones dedicadas a la consultoría, relaciones públicas y comunicación organizacional.

Denominaciones de los programas de Comunicación en Escuelas y Universidades Mexicanas

Los programas de estudio de la disciplina han tenido un crecimiento sostenido en cuanto a número en el país. Han tomado diversos nombres de acuerdo al enfoque, énfasis o preespecialidad que cada uno de estos ofrecen.

El estudio detectó un total de 1,006 programas de Comunicación que poseen varias denominaciones relacionadas con la disciplina. Los datos

muestran que la totalidad de Escuelas se concentra cuatro categorías, la cuales son (Gráfico 1):

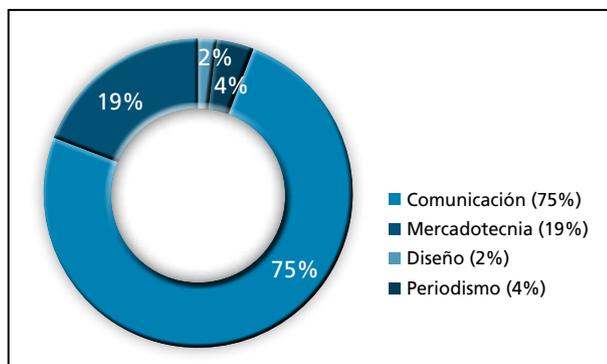
1. *Comunicación*, en la cual se incluye la categoría en sí misma, así como aquellas escuelas que acompañan su nombre con las problemáticas sociales más amplias tales como la Cultura, la Educación, la misma Comunicación Social, entre otras.

2. *Diseño* En esta se comprenden aquellos programas que incorporan la imagen visual como un elemento central y que, aledañas a la Comunicación, se denominan: Diseño Audiovisual, de Multimedia, de Imagen Digital, entre otras.

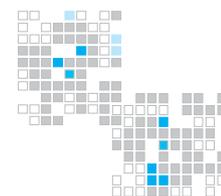
3. *Mercadotecnia* La denominación de *Mercadotecnia* incluye las áreas de estudio que se han concentrado alrededor de las empresas o las organizaciones, mismas en el seno de la que la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (Amic) se denomina: *Comunicación Integral de las Organizaciones*. Con frecuencia, esta categoría adquiere nombres como *Mercadotecnia* y *Publicidad*, *Comunicación Organizacional*, *Mercadotecnia* y *Relaciones Públicas*, *Comunicación Corporativa*, entre otras.

4. *Periodismo* Esta categoría contiene la rama del periodismo en sí, también incluye las carreras de *Imagen Pública*, *Periodismo* y *Opinión Pública*, entre otros.

Gráfico 1 Programas Educativos de Comunicación en las Universidades en México (N= 1,006)



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, UNESCO-FELAFACS, 2009



Se puede decir que las tres cuartas partes de las denominaciones mencionadas (75%) se relacionan con el nombre de la Comunicación, propiamente. Ésta puede estar adjetivada con otra disciplina que generalmente, pero no únicamente, tiene que ver con referentes tales como: medios masivos, colectivos o sociales; los estudios culturales; la educación, entre otras disciplinas (Gráfico 1).

Un porcentaje más pequeño (19%) ha buscado denominaciones directamente relacionadas al mundo empresarial u organizacional (Gráfico 1). Esta porción de escuelas, se ocupa en la formación de sus educandos en Comunicación aprendan acerca de las organizaciones.

También se observa un 2% en las lo referente al *Diseño Digital* aplicado a la Comunicación y se puede decir que éste, en México, aún es insipiente. Sin embargo, es muy probable que en el resto de los programas denominados de *Comunicación* propiamente, se incluyan algunas materias específicas, encaminadas a formar profesionistas en este subcampo de la interactividad digital, cuya impor-

tancia va en aumento en la Sociedad de la Información (Gráfico 1).

En cuarto lugar se aprecia la categoría del *Periodismo* con el 4%, del total de 1,006 carreras relacionadas con la *Comunicación*. El periodismo en México data de 1949, cuando la *Escuela de Periodismo Carlos Septién García*, fue fundada como la primera Escuela de Periodismo en el país. No obstante, el área del Periodismo, como área exclusiva de concentración, no ha sido la de mayor desarrollo, siendo la Comunicación la disciplina que asume el liderazgo, al menos en términos cuantitativos (Gráfico 1).

El Cosmos de los Programas Educativos en México

Es necesario señalar que en este documento, se muestran estadísticas de una base de datos elaborada con la contribución de treinta tres investigadores, los cuales han detectado, la cantidad de 1,006 programas educativos en las áreas de *Comunicación*, *Periodismo*, *Mercadotecnia* y/o *Diseño*⁴.

4 En estas páginas se presentan las estadísticas de una base de datos elaborada con el apoyo de 31 investigadores quienes, ubicados en las 32 Entidades Federativas del país, contribuyeron a la elaboración de la base de datos más completa elaborada al día de hoy sobre los centros de formación en Comunicación en México. Todos los investigadores pertenecen a Instituciones miembro del CONEICC. Sin dejar de reconocer que es una tarea casi imposible intentar de dar cuenta de absolutamente todos los programas de Comunicación, Periodismo, Mercadotecnia, Publicidad, Relaciones Públicas, Diseño y derivados en un país, los esfuerzos de validación que están detrás del presente trabajo tienen un peso substancial. A continuación aparecen los nombres y las Instituciones que participaron en dicho esfuerzo: Dr. José Eduardo Borunda Escobedo de la Universidad Autónoma de Chihuahua Campus Cd. Juárez; Dra. María de la Luz Casas Pérez del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Cuernavaca; Mtra. Ivone Castro Cota de la Universidad de Occidente, Unidad Los Mochis; Dra. Blanca Chong López de la Universidad Autónoma de Coahuila Unidad Torreón; Lic. Jorge De la Rocha Ledezma de la Universidad Lasallista Benavente, S.C.; Mtra. Yulieth Delgado Sánchez de la Universidad del Centro de México; Lic. Jesús Moreno Durazo de la Universidad Kino; A.C.; Dr. Romeo Figueroa de la Universidad Veracruzana; Mtro. Joaquín Mateo Gutiérrez Sanguino del Instituto Campechano, M.C.; Mtra. Jacinta Hernández Pérez de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco; Dra. Lucila Hinojosa Córdova de la Universidad Autónoma de Nuevo León; Mtra. Alejandra Islas de la Universidad Anáhuac Oaxaca; Universidad Iberoamericana, Campus Tijuana; Mtra. María de Lourdes López Gutiérrez de la Universidad del Valle de México, Campus Tlalpan; Mtra. Ruth Ildebranda López Landeros de la Universidad Loyola del Pacífico; Lic. Víctor Hugo López Vázquez de la Universidad Anáhuac, Cancún; Mtro. Alfredo Lugo González del Instituto Michoacano de Ciencias de la Educación “José María Morelos”; Lic. Victoria Isabel Mejía Ortega del Instituto Campechano; Mtra. Érika Minera del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México; Mtra. Vanessa del Carmen Muriel Amezcua de la Universidad Autónoma de Querétaro; Mtro. Nieto Malpica Jorge de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Campus Tampico; Mtro. Stefano Niro Serrano de la Universidad Anáhuac México Norte; Mtro. Mauricio Ortiz Roche de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo; Mtra. Eva María Pérez Castrejón de la Universidad Popular Autónoma del Estado Puebla; Mtro. Juan Carlos Durán Pérez de la Universidad del Altiplano; Mtra. Ana Karina Robles Gómez de la Universidad de Colima; Mtra. Yadira Robles Irazoqui de la Universidad del Valle de Atemajac; Mtro. Rafael Subías Gordillo de la Universidad del Valle de México Campus Querétaro; Mtra. Marisol Tello Rodríguez de la Universidad Anáhuac Mayab; Mtra. Yazmin Vargas Gutiérrez de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Mexicali; Lic. Juan Antonio Vera López de la Universidad Autónoma de Aguascalientes; Mtra. Victoria Victórica de la Universidad del Valle de Atemajac.

Cabe hacer un paréntesis para mencionar que en estudios previos, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (Anuies) había detectado un total de 349 programas de licenciatura en Comunicación, con 72,663 alumnos (2005). Recientemente, en el año 2007, esa cifra se incrementó a 462 programas de licenciatura y el número total de alumnos fue de 72,224. Esta última cifra muestra una cantidad incluso inferior a la de 2005 (Cuadro 1). Cabe mencionar que el restante 544 programas de Licenciatura en Comunicación que detectó la presente investigación, no están adscritos a Universidades afiliadas a la Anuies.

Actualmente, en el panorama que presenta la base de datos producida por el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), que es de 1,006 escuelas, la distribución de los programas se concentra casi 20% en el Distrito Federal; seguido con un 13% en el Estado de México, el casi 10% ubicados en Baja California Norte. Otros porcentajes significativos que se aproximan al 5% son las Entidades Federativas de: Coahuila, Puebla, Veracruz; seguidos por el 3% del total: Hidalgo, Michoacán, Nuevo León y Querétaro (Cuadro 1).

Las Entidades Federativas mencionadas con antelación, cuentan con un número importante de programas educativos, mismos que les representan a éstas localizaciones problemas de competencia intensa entre las diversas Instituciones y Centros de Información que imparten la disciplina de la Comunicación o sus afines. Cabe apuntar, que el número máximo de programas en una entidad

dada es de 199, la cual corresponde al Distrito Federal, el mínimo es de dos programas y éste corresponde al Estado de Colima, quedando como promedio el 31.43%

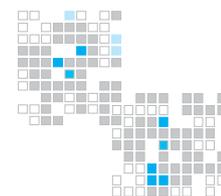
Cuadro 1 Panorama de programas de formación en Comunicación en México

Número	Entidad Federativa	Total de Programas	Representación del Total
1	Aguascalientes	9	0.89
2	Baja California Norte	97	9.64
3	Baja California Sur	10	0.99
4	Campeche	14	1.39
5	Chiapas	14	1.39
6	Chihuahua	6	0.59
7	Coahuila	56	5.56
8	Colima	2	0.19
9	Distrito Federal	199	19.78
10	Durango	18	1.78
11	Estado de México	127	12.62
12	Guanajuato	50	4.97
13	Guerrero	11	1.09
14	Hidalgo	33	3.28
15	Jalisco	19	1.88
16	Michoacán	31	3.08
17	Morelos	20	1.98
18	Nayarit	11	1.09
19	Nuevo León	31	3.08
20	Oaxaca	9	0.89
21	Puebla	45	4.47
22	Querétaro	28	2.78
23	Quintana Roo	14	1.39
24	San Luis Potosí	14	1.39
25	Sinaloa	8	0.79
26	Sonora	29	2.88
27	Tabasco	6	0.59
28	Tamaulipas	25	2.48
29	Tlaxcala	8	0.79
30	Veracruz	48	4.77
31	Yucatán	8	0.79
32	Zacatecas	6	0.59
		1,006	

Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, UNESCO-FELAFACS, 2009

Simbología de Codificación

	Región Centro Occidente
	Región Noroeste
	Región Noreste
	Región Golfo Sureste
	Región Valle de México



Cuadro 2. Mapa de los centros y programas de formación de Comunicación en América Latina y el Caribe⁵

Regiones	Número de Escuelas de Comunicación	Número de Habitantes por Región
Región Cono Sur (<i>Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay</i>)	115	68,000,000
Región Países Andinos (<i>Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela</i>)	193	126,354,000
Región Centroamérica y Caribe (<i>Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana</i>)	67	59,502,000
Región Brasil	361	195,423,000
Región México	1,006	110,645,000

Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. *Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina*, Unesco-Felafacs, 2009.

Es interesante comparar a México con los países de América Latina. Brasil, que tiene más habitantes que México y un Producto Interno Bruto superior al de México, y posee aproximadamente, la tercera parte de Escuelas de Comunicación que tiene esta Nación. La proliferación de Escuelas en México supera, por mucho a las diversas Regiones de América Latina. Con menos Escuelas, las otras Regiones de América Latina, probablemente estén logrando han logrado delimitar, con criterios más racionales, el crecimiento en número de las Escuelas de Comunicación en sus territorios y por lo tanto, el número de egresados con esa especialidad y que penetran año con año al decreciente mercado laboral Latinoamericano (Cuadro 2).

Régimen de las Instituciones Educativas donde operan los programas de Comunicación

El régimen de Instituciones Educativas en las cuales operan los programas de Comunicación en México es predominantemente privado. De 1,006 programas, 802 (80%) pertenecen al sector privado, quedando solamente 204 en Universidades Públicas (Gráfico 2). Se trata de un

5 Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat, *World Population Prospects: The 2008 Revision*, <http://esa.un.org/unpp>, Tuesday, April 13, 2010; 7:50:10 PM.

fenómeno que surge principalmente desde la iniciativa privada y que en términos cuantitativos, ha logrado un crecimiento exponencial no igualado en el resto de los países latinoamericanos.⁶⁷

Muchas de estas iniciativas han sido establecidas y se han desarrollado al margen de marcos de la legislación y reglamentación educativa, así como del control de calidad por parte de or-

ganismos académicos y de acreditación. Prueba de ello es que el Consejo de Acreditación en Comunicación (Conac) ha acreditado solamente a 16 programas de Comunicación en el territorio nacional y en el Coneicc están inscritas como miembros 74 Escuelas de Comunicación.

En verdad, las cifras mencionadas a lo largo del texto, son números reveladores del nivel de calidad que pueden tener algunos programas de Comunicación en México. De ahí que la proliferación de unidades, o así llamados planteles, en los cuales se imparte la Comunicación, o sus denominaciones aledañas, en el territorio nacional y que no cuentan con certificación alguna por parte de la Secretaría de Educación Pública, es una cuestión de la más alta prioridad de atención en el país.

6 Unesco y Felafacs (2009) *Mapa Integral de la enseñanza de la Comunicación en América Latina* recuperado de www.felafacs.org/unesco consultado el 14 de octubre de 2009.

7 En las bases de datos que provee el estudio auspiciado por la Unesco, bajo la Coordinación de Felafacs, en número de centros de formación que se reportan para Brasil es superior al que se ofrecen para México. No obstante hay que aclarar que para el caso de México solamente se están reportando aquellos programas de Comunicación de escolaridad formal que se ofrecen al interior de aulas de planteles dedicados específicamente a la educación. Mientras que para el caso de Brasil, también se incluyen los cursos que ofrecen empresas consultoras y casas productoras.

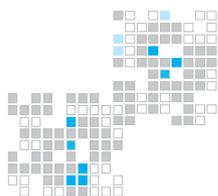
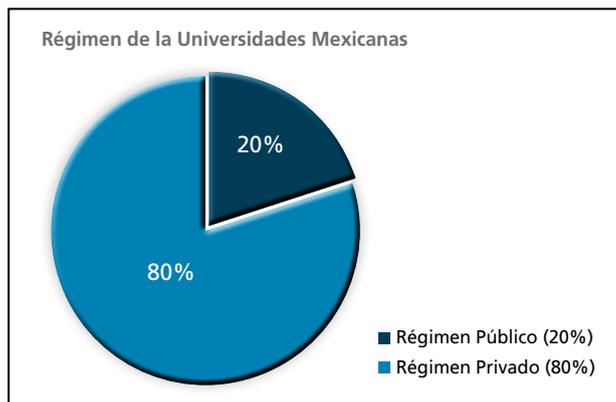


Gráfico 2. Régimen de las Instituciones Educativas donde operan los programas de Comunicación



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, Unesco-Felafacs, 2009.

Regionalización del Cosmos de los Programas Educativos de la Comunicación en México

Sobre la regionalización del Cosmos de los programas educativos de la Comunicación en México, se crearon cinco divisiones para el territorio nacional. Visiblemente, la Región del Valle de México es la que contiene la mayor parte de los programas con casi 38%. Sigue la Región Golfo Sureste con casi 18%, seguido de la Región Centro Occidente con casi 17%. La Región Noroeste contiene 16%, quedando al Región Noreste como la que menor cantidad de programas de Comunicación contiene en su territorio (casi 12%) (Cuadro 3).

Descripción de la Región Valle de México

La Región del Valle de México es de altos contrastes

Cuadro 3. Regionalización del Cosmos de los Programas Educativos de la Comunicación en México

Región	Número de Instituciones	Porcentaje
Región Centro Occidente	170	16.89
Región Noroeste	162	16.10
Región Noreste	118	11.72
Región Golfo Sureste	177	17.59
Región Valle de México	379	37.67

Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, Unesco-Felafacs, 2009.

con el Distrito Federal y el Estado de México como sede de 326 programas de Comunicación del total de 379 que hay en dicha la zona (Gráfico 3). Es una Región altamente centralizada y también perteneciente a un país con una gran concentración de actividades educativas en su ciudad capital, misma que se refleja en su economía, en su política, la cultura y demás esferas del devenir nacional. Cuenta con una extensión territorial de 48,096Km² incluyendo los Estados de Hidalgo, Morelos, Estado de México y el Distrito Federal.

El Distrito Federal contiene a casi nueve millones de habitantes (el 8.4% del total del país) prácticamente, la totalidad habitando en zonas urbanas. Posee el índice de educación formal más alto del país con un promedio de 10.2 años de escolaridad (preescolar, primaria, secundaria, más un grado de educación media superior). A través de servicios comunales, sociales y personales aporta al PIB Nacional, el 21.8% de su totalidad. Ello explica por qué pueden subsistir en su territorio la abundante cantidad de 199 escuelas y o programas de Comunicación (Gráfico 3).

Por otra parte, se encuentra el Estado de México que con una población de más de 14 millones de personas, con 227 escuelas, tiene el 13.6% del total de programas de Comunicación en el país. Aunque gran parte de su población se encuentra en zonas urbanas, cuenta con el 13% de la misma en el campo. Su nivel de escolaridad promedio es de 8.7 años de educación formal (prácticamente hasta la secundaria concluida) y tres de cada 100 personas son hablantes de lengua indígena. Su principal actividad económica es la industria manufacturera, en la cual destaca la fabricación de productos metálicos, maquinaria y equipo. Su aportación al PIB Nacional es de 9.7% del total. Estas condiciones, más la cercanía al centro neurológico nacional que es el D.F, hacen del Estado de México, un lugar en donde subsisten una gran cantidad de escuelas o

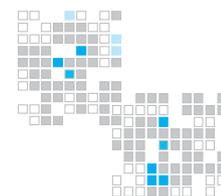
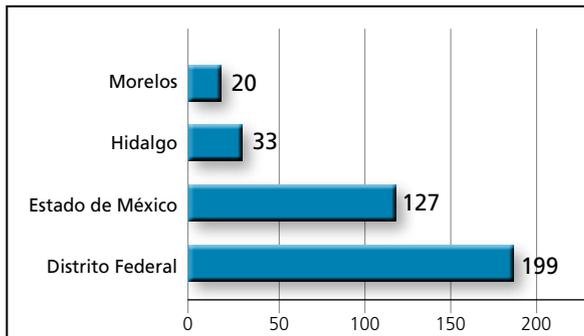


Gráfico 3. Región Valle de México



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, Unesco-Felafacs, 2009.

programas de Comunicación.

Descripción de la Región Golfo Sureste

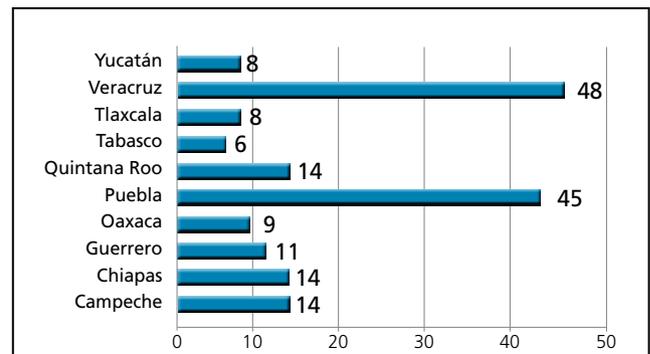
La Región Golfo Sureste incluye diez estados, misma que incluye 177 programas de Comunicación en total. De éstos, más de la mitad se encuentran solamente en dos Entidades Federativas: Veracruz con 48 y Puebla con 45. Todos las demás Entidades Federativas de la región (Yucatán, Tlaxcala, Tabasco, Quintana Roo, Oaxaca, Guerrero, Chiapas y Campeche), oscila entre la cantidad de 10 programas. De tal manera que los componentes más importantes desde el punto de vista cuantitativo son estos dos Estados anteriormente mencionados. En el caso de Veracruz se tienen muchos programas, debido a su alta densidad poblacional. Se trata de una Entidad que aún tiene más del 40% de su población habitando en zonas rurales. Los servicios que predominan en su economía son los comunales, los sociales y los personales, y posiblemente sea un Estado cuya población cifra sus anhelos de movilidad social en la educación. De ahí la proliferación de servicios educativos (Gráfico 4).

Puebla, a su vez, también cuenta con un alto porcentaje de población rural (casi 30%) con un grado relevante de población indígena (12 de cada 100 personas, de las cuales 2 de ellas no hablan

español). El mercado laboral poblano tiene una composición muy diferente al veracruzano, siendo la industria manufacturera el sector más destacado. La alta densidad demográfica en ambos estados explica la necesidad de tener muchos planteles educativos en los cuales albergar a jóvenes.

En contraste, está el Estado de Oaxaca con una cantidad poblacional media, pero cuyo componente indígena llega hasta 35 por cada 100 personas y 5 de ellas no hablan español. El alto porcentaje de la población rural (35%), puede ser explicativo de la baja demanda por oportunidades educativas, que más bien tienen su aplicación en otras esferas de la economía: los servicios y la industria. Pudiera estar explicado el número menor de programas de Comunicación en ese estado.

Gráfico 4. Región Golfo Sureste



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, UNESCO-FELAFACS, 2009.

Descripción de la Región Centro Occidente

La Región Centro Occidente cuenta con nueve Entidades Federativas (con una extensión de 355.114 Km²) cuyos programas y escuelas de Comunicación, casi una tercera parte, se encuentra en el estado de Guanajuato (50). En cuanto a la existencia de programas, le siguen Michoacán (31) y Querétaro (28). La Región Centro Occidente, interesantemente, también contiene la Entidad Federativa con el menor número de programas de Comunicación en la República Mexicana: el estado de Colima (2) (Gráfico 5).

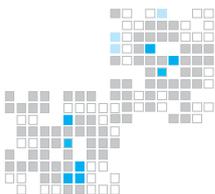
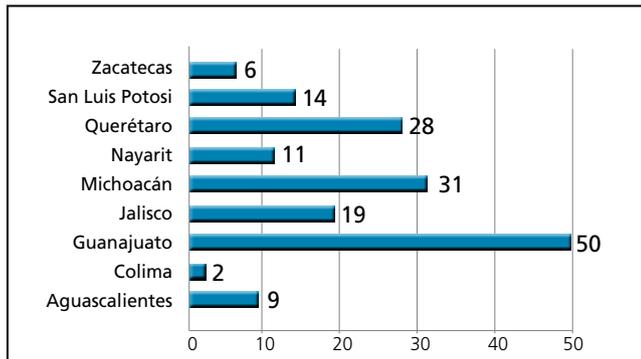


Gráfico 5. Región Centro Occidente

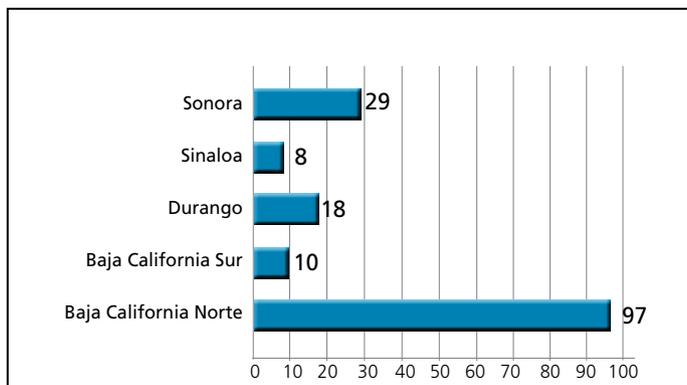


Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, UNESCO-FELAFACS, 2009.

Descripción de la Región Noroeste

La Región Noroeste cuenta con cinco Entidades Federativas: Sonora, Sinaloa, Durango, Baja California Norte y Baja California Sur y con una extensión territorial del país de 505,699 Km². Es una zona de altos contrastes en cuanto a programas de Comunicación se refiere. Por un lado, está Sinaloa, con solamente ocho programas y en el otro extremo está Baja California Norte, con 97 programas. Interesantemente, éste es el Estado que contiene el tercer lugar nacional en cuanto a cantidad de programas (Gráfico 6). Solamente el Distrito Federal y el Estado de México lo superan en cantidad de programas o centros de formación en Comunicación con 326 programas entre los dos.

Gráfico 6. Región Noroeste



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina, Unesco-Felafacs, 2009.

Por otra parte, de un total de 162 programas en la Región Noroeste, más de la mitad se encuentra concentrada en Baja California Norte. Se trata del estado con la mayor densidad poblacional del grupo que integra la Región Noroeste con 2,844,469 habitantes. Se trata también de la Entidad Federativa mayormente urbanizada con el 93% de los coterráneos viviendo en centros urbanos. Sus actividades productivas tienen que ver en su mayoría, con el comercio, restaurantes y hoteles. Baja California Norte aporta al Producto Interno Bruto (PIB) Nacional un porcentaje mayor del que aportan los otros cuatro estados de la misma región (3.6%). Estos factores: la cantidad poblacional, las actividades económicas con que cuenta, además de la cercanía que guarda con los Estados Unidos de Norteamérica, pueden ser las variables que expliquen el fenómeno de la explosión de escuelas de Comunicación en ese Estado.

Descripción de la Región Noreste

La Región Noreste se compone de cuatro Entidades Federativas y siendo la de mayor extensión territorial en el país con 543.413 Km², Coahuila cuenta con 56 programas de Comunicación del total de 118 para la Región. Cabe señalar que de los cuatro estados que la componen, es Nuevo León la entidad más con mayor población, mientras que Coahuila es la de menor población. En cuanto a las actividades productivas se puede observar que, mientras que la Maquila es la industria más importante en Coahuila, en Nuevo León son los servicios comunales, sociales y personales. De las cuatro entidades en la Región, es Nuevo León la que aporta la mayor porción al PIB Nacional con 7.5%, mientras que las demás; Tamaulipas, Chihuahua y Coahuila aportan menos de la mi-

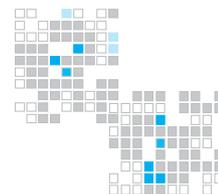
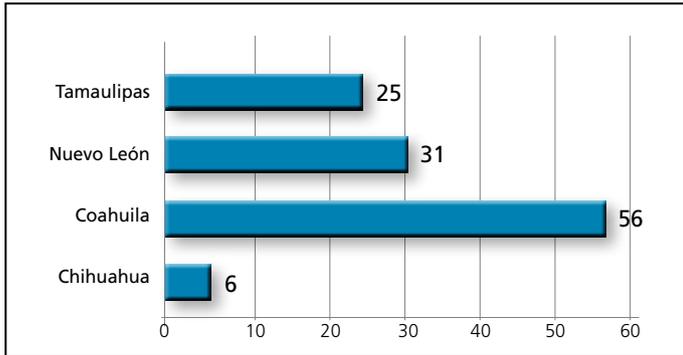


Gráfico 7. Región Noreste



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. *Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina*, Unesco-Felafacs, 2009.

tad de ese monto (3.3%) (Gráfico 7). De nuevo surge la correlación entre Industria, Comercio y Servicios, y la proliferación de escuelas de Comunicación.

Programas de Comunicación en Zonas Urbanas

Más de la mitad de los programas de Comunicación detectados en el estudio están ubicados en las ciudades capitales de los estados del país (53.47%) (Gráfico 8). Los demás se concentran en las ciudades de segunda y tercera importancia en cada Entidad Federativa. Prácticamente, existen pocas Escuelas de Comunicación en las localidades de mediano y menor tamaño. Esta concentración urbana de programas señala al hecho de que la formación en Comunicación o cualquiera de sus áreas aledañas, surge como

necesidad a partir de las concentraciones poblacionales, del desarrollo urbano y del incremento de las actividades profesionales que tienen que ver con la industrialización, la oferta de servicios y el comercio.

Conclusiones

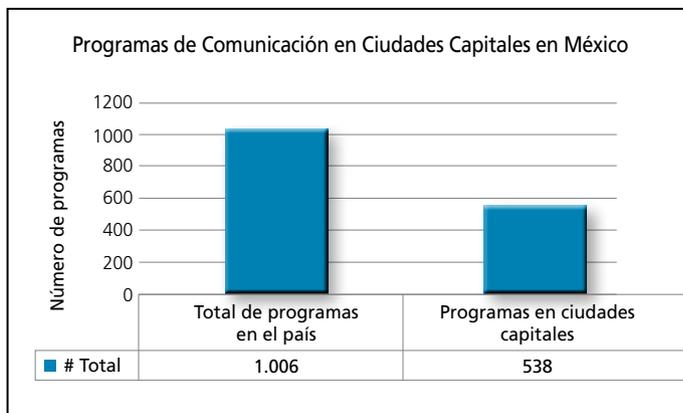
Desde finales del siglo XX hasta la primera década del siglo XXI, la Enseñanza de la Comunicación en México ha alcanzado dimensiones sorprendentes, mismo

que ha provocado una proliferación desordenada de diversas Escuelas de Comunicación, Centros de Formación, así como una baja en la calidad de sus programas educativos

De acuerdo al Estudio *Mapa Integral de la Enseñanza de la Comunicación en América Latina*, existe en México, un total de 1,006 programas de Comunicación que se imparten en el marco de establecimientos educativos la mayoría de éstos, se presume, de dudosa reputación. Esta cantidad de Escuelas, se lograron detectar (cifra desconocida previo a la realización de este Estudio) gracias al esfuerzo de 31 comunicadores adscritos al Coneicc, quienes investigaron la existencia de las mismas Escuelas y validaron la base de datos de sus respectivas Entidades Federativas.

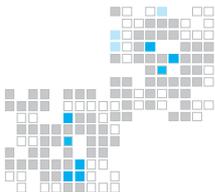
La mera existencia de un total de 1,006 programas en el territorio nacional en el cual habitan 110,645,000 millones de habitantes⁸, resulta un número diferenciado de las tendencias en el resto de América Latina: Brasil con 361 Escuelas y 195,423,000 de población; la Región Andina con 193 Escuelas y 126,354,000 habitantes; la Región Cono Sur que tiene 115 Escuelas con 68,006,000 habitantes; la Región Centro América y el Caribe que cuenta con 67 Escuelas y una población de

Gráfico 8. Programas de Comunicación en Zonas Urbanas



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. *Mapa Integral de la Enseñanza en Comunicación en América Latina*, Unesco-Felafacs, 2009.

8 Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat, *World Population Prospects: The 2008 Revision*, <http://esa.un.org/unpp>, Tuesday, April 13, 2010; 7:50:10 PM.



59,502,000.⁹ Existen en México, más Escuelas de Comunicación que en Brasil y que en ninguna otra Región de América Latina, la mayoría de éstas (excepto Cono Sur y Centro América y el Caribe) con poblaciones que superan a México. ¿Cómo se explica esto siendo México un país cuyos niveles de desarrollo difícilmente podrán dar empleo a los egresados que de sus Escuelas de Comunicación emanan? ¿Cómo se explica este fenómeno a la luz de la calidad educativa que deben tener los planteles educativos que se precian de serlo y que buscan formar profesionales de nivel? ¿Cómo se explica esto considerando que en su gran mayoría, son planteles de formación de comunicadores que no tienen reconocimiento, ni registro oficial?

La acelerada proliferación de “Escuelas” de Comunicación de este tipo en el país, puede estar señalando a la realidad de la probable creación de negocios, más que de Escuelas, que pueden, incluso estar establecidos en locales tales como las cocheras de casas habitación o en instalaciones que carecen de los mínimos de infraestructura en instalaciones y en tecnología, sin mencionar de aulas apropiadas para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Por otra parte, vale la pena reflexionar un poco más acerca de la calidad de las 1,006 las Escuelas de Comunicación del país. De estos más de mil programas de Licenciatura en Comunicación, 492 están registrados en la Anuiés, otros 70 son reconocidos por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la

Comunicación (Coneicc) como programas que tienen un buen nivel de calidad. De estas 70 Licenciaturas en Comunicación¹⁰, un número de 21 de ellas, han recibido la acreditación por parte del Consejo de Acreditación en Comunicación (Conac).¹¹ Por otra parte, solamente 13 Universidades en todo América Latina han sido acreditadas por el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (Claep).¹² En México, en el momento actual, únicamente dos¹³ son las Facultades que han alcanzado la acreditación internacional en Comunicación por el mismo Claep.

Es importante señalar que esta realidad es uno de los grandes retos del Coneicc, de la Amic y de la totalidad de Asociaciones, Academias y de la comunidad de científicos y practicantes de la Comunicación, en general, en el país. Por delante quedan las preguntas de cómo lograr parar esta tendencia que inevitablemente abarata la formación en Comunicación en México. Quedan las tareas pendientes de lograr una Legislación puntual y su debida implementación que lleve a los nuevos y actualmente existentes Centros y Escuelas de formación en Comunicación a actuar dentro del marco Institucional y del esfuerzo por calidad educativa. Esta Legislación debe, necesariamente, reglamentar la creación de nuevas Escuelas de Comunicación con relación al nivel y rumbos de desarrollo del país y tomando en cuenta las necesidades de formación integral de Comunicadores, así como la capacidad del mercado laboral para incorporar a los Licenciado que egresan de las mismas.

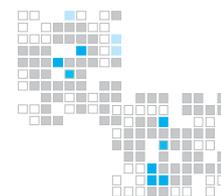
9 UNESCO-FELAFACS (2009). Informe Final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe. Consultado el 14 de octubre de 2009 en http://portal.unesco.org/ci/en/files/29317/12592292377mapping_es.pdf/mapping_es.pdf.

10 Coneicc (2009). *Valoración Cualitativa de la Enseñanza de la Comunicación en México*. III Asamblea Extraordinaria y LXVIII Asamblea Ordinaria. Villahermosa, Tabasco. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

11 Conac Consejo de Acreditación en Comunicación, A.C.

12 Claep Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Enseñanza del Periodismo.

13 Se trata del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey y la Universidad Anáhuac México Norte.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CALLES Santillana, J. A. (Coord.). *XII Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, 2005.
- CHONG, B. Los retos en la formación de los comunicadores en México In: *Códigos*, Revista de Ciencias de la Comunicación, Tercera Época, Año 1, Volumen 1, Número 1. México: Universidad de las Américas Puebla, 2008-otoño.
- ESTEINOU MADRID, J. ¿Por dónde hemos navegado en la Comunicación social en México y hacia dónde avanzar? In: *Códigos*, Revista de Ciencias de la Comunicación, Tercera Época, Año 1, Volumen 1, Número 1. México: Universidad de las Américas Puebla, 2008-otoño.
- FERNÁNDEZ CHRISLIEB, F. ¿Qué hemos hecho en términos de utilidad social? In: *Códigos*, Revista de Ciencias de la Comunicación, Tercera Época, Año 1, Volumen 1, Número 1. México: Universidad de las Américas Puebla, 2008-otoño.
- FUENTES, R. *La investigación de la Comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI*. In: Diálogos de la comunicación. Disponible en: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf56-05RaulFuentes.pdf. Acceso: 13 de septiembre de 2010.
- _____ y HERNÁNDEZ, F. Historia de la Comunicación, historias de los medios y del campo académica: reflexiones sobre el futuro de la investigación en México. In: VEGA MONTIEL, A. (Coord.) *La Comunicación en México: Una agenda de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Universidad Autónoma de Baja California, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. 2009, p. 185-196
- FUENTES NAVARRO, R. La configuración de la oferta nacional de estudios superiores en Comunicación: Reflexiones analíticas y contextuales. In: CALLES SANTILLANA, J. A. (Coord.). *XII Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. 2005, p. 15-40.
- LEÓN, G. *Sobre la investigación de la Comunicación en América Latina*. Estrategias y prácticas de la Comunicación hoy. Hermosillo: Universidad de Sonora, 2006.
- NOSNIK OSTROWIAK, A. 1948-2008. 60 años de enseñanzas y aprendizajes en Comunicación. In: *Códigos*, Revista de Ciencias de la Comunicación, Tercera Época, Año 1, Volumen 1, Número 1. México: Universidad de las Américas Puebla, 2008-otoño.
- PRIETO, F. 48 años de las Escuelas de Comunicación en el mundo. In: *Códigos*, Revista de Ciencias de la Comunicación, Tercera Época, Año 1, Volumen 1, Número 1. México: Universidad de las Américas Puebla, 2008-otoño.
- REBEIL CORELLA, M. A. y MARTÍN DEL CAMPO, A. Abundancia y Diversidad: 48 Años de Comunicación en México. In: *Códigos*, Revista de Ciencias de la Comunicación, Tercera Época, Año 1, Volumen 1, Número 1. México: Universidad de las Américas Puebla, 2008-otoño.
- _____. Introducción In: REBEIL CORELLA, Ma. A. (Coord.). *XIV Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad de Monterrey, Universidad de Sonora, Universidad del Valle de México, Universidad Simón Bolívar, 2007, p. 21-32.
- _____; HIDALGO TOLEDO, J. A., GÓMEZ MORALES, D. G. Prioridades de la Investigación en Comunicación en América Latina In: Revista *ALAIC*, Número 4, 2007.
- _____. Introducción. In: REBEIL CORELLA, Ma. A. (Coord.). *XIII Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte, Universidad Autónoma de Coahuila, Campus Saltillo, Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Universidad Iberoamericana, Campus León, 2006, p. 19-27.
- SEP, Disponible en: <<http://sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/111102!1!PPProfesio.pdf>> Acceso: 10 de septiembre de 2010.
- UNESCO y FELAFACS *Mapa Integral de la enseñanza de la Comunicación en América Latina*, Disponible en: <www.felafacs.org/unesco>. Acceso: 14 de octubre de 2009.