

CONCLUSIONES DE LA REUNIÓN SECTORIAL DE LA CARRERA DE: COMUNICACIÓN SOCIAL

Las carreras de Comunicación Social del Sistema Universitario Boliviano se reunieron en dos ocasiones de acuerdo a convocatoria aprobada por Conferencias Nacionales de Universidades con el objetivo de establecer y aplicar Recomendaciones que tiendan a mejorar y homogeneizar su desempeño institucional, estas Reuniones se llevaron adelante en la Universidad Nacional de Siglo XX del 22 al 25 de septiembre de 1997 con el siguiente temario:

- A. Situación actual de la carrera
- B. Redefinir o ratificar el perfil profesional

Por recomendación de la I-IX RAN se procedió con las Reuniones de Ajuste y Complementación a las sectoriales, estas reuniones se llevaron adelante en la Universidad Técnica de Oruro del 10 al 12 de mayo de 2000 con el siguiente temario.

- C. Mercado profesional y ámbito de competencia
- D. Aspectos técnico académicos de los sistemas de admisión
- E. Políticas de permanencia
- F. Políticas de graduación
- G. Reestructuración de planes de estudio
- H. Compatibilizar y homogeneizar planes de estudios a nivel de áreas en el Sistema

DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las recomendaciones y conclusiones a que se arribaron fueron puestas en consideración de la II-IX RAN y aprobadas en la II Conferencia Nacional Ordinaria de Universidades, con Resolución N° 2.

A. SITUACIÓN ACTUAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- La denominación de la carrera es la siguiente, en la UMSFX, UMSA, UAGRM, UTO y UCB se denomina Ciencias de la Comunicación Social.
- En la UNSXX se denomina Ciencias de la Comunicación.
- Se verifica que existe un número significativo de Docentes interinos en relación con docentes titulares.
- Se verifica la existencia de un alto número de Docentes que no son de las especialidades.
- El numero de materias oscila entre 74 UMSFX y 34 materias en la UMSA
- La carga horaria varia entre 7.700 UAGRM y 5.600 UCB

B. PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL

El comunicador social será un profesional capaz de:

- a) Asumir un compromiso social y buscar soluciones a los problemas de la realidad Nacional y Regional.
- b) Integrar la teoría con la práctica.
- c) Producir mensajes en los medios de comunicación masivos y populares.
- d) Asumir una actitud crítico - analítica y transformadora.
- e) Desarrollar Investigación en el área de la comunicación social.
- f) Diseñar, planificar, ejecutar y evaluar proyectos en comunicación para el desarrollo.
- g) Defender los valores éticos universales y los derechos humanos.

C. MERCADO PROFESIONAL Y ÁMBITO DE COMPETENCIA

El mercado profesional y el ámbito de competencia, están determinados por situaciones económicas, políticas y culturales de cada carrera, de todas formas se considera que el comunicador del Sistema Universitario se enmarca en el mercado entendido con las siguientes características:

Mercado: Medios de comunicación
Organizaciones gubernamentales y no Gubernamentales
El campo de las relaciones públicas
Comunicación y salud
Comunicación y educación
Docencia

Competencias:

Habilidades con las que cuenta el comunicador y que se orientan en las menciones y especialidades que ofrecen las carreras de las universidades del sistema nacional.

D. SISTEMAS DE ADMISIÓN

Adoptar como modalidad de ingreso el CURSO PRE-UNIVERSITARIO, cuyo contenido debe ser planificado, otorgándosele un diseño curricular, su organización, desarrollo y resolución debe estar a cargo de la Carrera de Comunicación Social, estableciendo que su término debe ser de tres meses.

Las asignaturas que deben impartirse son: HISTORIA, LENGUAJE, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD Y UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD.

Dicho curso debe ser evaluado, con criterios cualitativos, para efectos de ajuste de los diseños curriculares.

Deben suscribirse convenios con los municipios provinciales, para que los dos mejores promedios del cuarto curso secundario, sean eximidos del Curso PRE-UNIVERSITARIO; de la misma forma a los dos mejores promedios de las capitales de departamento que deseen ingresar a la carrera, en ambos casos con acreditación oficial.

E. POLÍTICAS DE PERMANENCIA

Se rechaza toda pretensión de imponer un plazo perentorio para la profesionalización.

Recuperar políticas destinadas a estimular el rendimiento académico estudiantil, propendiendo a una distribución equitativa de los beneficios de Bienestar Estudiantil, a fin de que lleguen realmente a quienes lo necesitan y lo merecen.

Exigir y proponer al Gobierno, adopte políticas que otorguen a los estudiantes de escasos recursos, ayudas económicas.

F. POLÍTICAS DE GRADUACIÓN

A partir del año 2000 se debe implementar definitivamente el reglamento General de Modalidades de Graduación en todas sus formas.

Las Carreras de Comunicación expresan preocupación sobre los programas especiales de profesionalización para Antiguos Egresados determinando que los mismos deben cesar en su implementación y se los permita optar por las modalidades vigentes de graduación

G. REESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE ESTUDIO

NIVELES CONSIDERADOS:

NIVEL BÁSICO

NIVEL FORMATIVO

NIVEL DE ESPECIALIDAD

ÁREAS CONSIDERADAS (Según numeración que identifica las columnas de los cuadros):

1. Comunicación (teorías, medios, interdisciplinariedad teórico - práctica de la comunicación)
2. Investigación social (métodos, técnicas, proyectos y Trabajos de Grado.
3. Periodismo
4. Publicidad y Propaganda
5. Contextualización científica general y de apoyo a las Ciencias de la Comunicación.
6. Lenguajes, expresión, gramáticas discursivas.
7. Producción en Comunicación Social.
8. Humanidades y Cultura General.
9. Idiomas
10. Informática
11. Taller vertical de síntesis (Universidad Mayor de San Andrés).

Notas aclaratorias.-

- Este trabajo constituye una mera recopilación de las materias incluidas en los distintos planes de estudios de las Carreras asistentes a la Sectorial de Oruro (mayo 2000) tratando de agruparlas en áreas y niveles, según sugerencia del CEUB. Por tanto, no constituye una propuesta de Plan de Estudios.

- La recopilación y ordenamiento preliminar se hizo sólo en base al nombre de la materia y no por los contenidos de las mismas. Esto ha podido llevar a que la Sub-Comisión que trabajó este punto, involuntariamente haya podido excluir algunas materias que, agrupadas bajo un nombre general, hayan contemplado propuestas de contenido diferentes. La compatibilización de nombres de asignaturas y contenido de las mismas deberá, en todo caso, ser un trabajo futuro.
- Asimismo no se ha considerado en la distribución de asignaturas si estas son anuales o semestrales, ya que ésta periodicidad puede variar en las distintas Carreras.
- La columna N° 11 se refiere al Taller Vertical de Síntesis, que sólo es desarrollado por la UMSA.

La primera pre-selección de materias dejó un total de 188 incluidas en los distintos Planes de Estudio. De este total se agruparon algunas con lo que quedó un total de 149

(44 en Nivel Básico, 71 en Nivel Formativo, 34 Nivel de Especialidad). Los cuadros se presentan sólo como referencia informativa preliminar tanto para el CEUB y como para todas las Carreras del Sistema.

NIVEL BÁSICO

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
- Introducción a la Comunicación - Historia de la Comunicación - Teoría de la Comunicación I - Comunicación interpersonal	- Introducción a la investigación social - Métodos y Técnicas De Investigación I - Estadística Social	- Introducción al Periodismo	- Introducción a la Publicidad y Propaganda.	- Introducción a la sociología - Sociología General - I. al Derecho. - Ciencia Política - - Formación social boliviana - Formación Política Sindical I - Historia socio-política universal. - Economía General	- Lenguaje I - Comunicación Escrita - Taller de Oratoria - Taller de liderazgo - Redacción I	- Locución - Taller de Diseño y Diagramación - Taller fotográfico	- Epistemología - Introducción a la Filosofía. - Historia socio-política de Bolivia. - Historia Crítica de la realidad contemporánea - Historia General del Arte y la Cultura. - Lógica - Literatura contemporánea I	- Idioma Nativo I - Idioma extranjero I	- Introducción a la Informática	

				<ul style="list-style-type: none">- Economía Política.- Historia Social de Europa- Historia social de América Latina.- Antropología I- Psicología General- Administración General.						
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

C. NIVEL FORMATIVO

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
-Teoría de la Com. II - Comunicación masiva. - Psicología de la Comunicación - Sociología de la Comunicación -Filosofía y Comunicación - Comunicación y salud. - Comunicación y Desarrollo	-Métodos y Técnicas de Investigación II - Planificación y Proyectos sociales.	- Redacción Periodística -Empresa informativa. - Periodismo I -Géneros informativos - Periodismo Popular - Deontología periodística - Agencias internacionales de prensa.	-Taller de Propaganda y Publicidad - Mercadotecnia	- Formación Política Sindical II -Procesos y tendencias políticas contemporáneas. - Antropología II -Análisis de Estado boliviano -Análisis socio-económico de A.L. -Teorías del Desarrollo. - Instrumentos de la	- Lenguaje II - Redacción I - Redacción II - Lenguaje de la Imagen. -Teorías y análisis de los lenguajes . - Lingüística. - Semiología - Semiótica - Iconografía	-Taller de radio I -Taller de Prensa I. -Taller de TV I -Taller de medios alternativos -Taller de guión audiovisual. -Taller de cine y video I.	- Literatura contemporánea II.	-Idioma nativo II -Idioma extranjero II	- Informática Aplicada. - Diagramación computarizada Infografía	

<p>o</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación y Educación. - Comunicación Política - Comunicación y Cultura - Comunicación y Artes. -Radio -Prensa - Televisión -Cine - Administración de empresas de comunicación 				<p>integración y organismos internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corrientes ideológicas contemporáneas. 						
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

<p>-Ética y Deontología de la Comunicación.</p> <p>- Legislación en Comunicación.</p> <p>-Tele-educación (Ed. a distancia)</p> <p>- Comunicación visual</p> <p>- Estructura de los medios de información en Bolivia.</p> <p>-Políticas de comunicación</p>										
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación e Integración. -Mini-medios. - Comunicación alternativa. - Comunicación institucional - Comunicación corporativa. - Planificación de la Comunicación -Opinión Pública -Políticas culturales 										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

en Comunicación. - Relaciones Públicas										
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

NIVEL DE ESPECIALIDAD

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
- Comunicación rural y urbana --Análisis comunicacional del discurso social. -Nuevas tecnologías en comunicación - Seminario de Actualización de área.	-Taller de trabajo de Grado I -Taller de trabajo de Grado II - Seminario de actualización de área	- Periodismo II (radiofónico, televisivo) -Taller de periodismo (político, económico, cultural etc.). - Seminario de Actualización de área	- Marketing publicitario y político. - Campañas publicitarias y propagandas - Producción publicitaria especializada (radio, televisión, gráfica, etc.). - Seminario de	- Sociología de la organización - Mercadotecnia social. -Teoría de la ideología. - Seminario de actualización de área	- Narrativa literaria - Relaciones Humanas - Seminario de actualización de área.	-Taller de codificación audiovisual. -Taller de codificación sonora. - Programas educativos de radio y TV -Taller de radio II -Taller de Prensa II. -Taller de TV II -Taller de cine y video II. -Prácticas guiadas	- Comunicación e Iglesia. - Seminario de actualización de área.	-Idioma nativo III -Idioma extranjero III	- Seminario de actualización de área.	

			actualiza ción de área							
--	--	--	------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

H. COMPATIBILIZAR PLANES DE ESTUDIO

Entre las carreras de Comunicación no es posible contar con programas de estudio únicos.

Es necesario que las carreras de Comunicación del sistema de la Universidad Boliviana cuenten con áreas del conocimiento y materias afines. Sin embargo se expresa la voluntad y la necesidad de ser diferentes.

Factores regionales, culturales, experiencias e intereses, composición social, requerimientos del mercado tradicional, las potencialidades del mercado emergente, entre otros, llevan a reafirmar la necesidad de ser diferentes.

Bastante de común que nos presente como oferta para todos y diferentes de modo que nuestras carreras sean seductoras y con identidad propia.

Compatibilizar áreas del conocimiento y materias, sería una vía que nos lleve a negarnos a una homogeneidad imposible.

No obstante, podemos y debemos establecer lo que nos hace comunes y también lo que más nos diferencia.

Se podrá compartir un perfil profesional que unifique y a la vez establezca diferencias el momento de redefinir o confirmar áreas del conocimiento.

Es una forma de estar unidos sin desconocer nuestra diversidad, que responde al requerimiento del CEUB que convoca a la homogeneidad que no buscamos.

I VARIOS

La Sectorial de Comunicación Social Resuelve:

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UMSS

- Solicitar a las autoridades de la Universidad Mayor de San Simón y especialmente de la carrera de Sociología que transformen el programa de Comunicación dependiente de la carrera de Sociología en carrera de Comunicación con estructura e identidad propia.
- Recomendar el reconocimiento de los derechos adquiridos legítimamente por todos los docentes que ahora trabajan en contrato a prestación de servicios, así como las de los estudiantes que pueden y deben ejercer el cogobierno paritario docente-estudiantil.
- Recomienda que la Reunión Académica Nacional considere en su temario el conflicto generado en el programa de Comunicación Social de la carrera de Sociología de la Universidad Mayor de San Simón.

ASOCIACIÓN BOLIVIANA DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Aprobar y apoyar el funcionamiento de la ASOCIACIÓN BOLIVIANA DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL (ABOCCS) a nivel nacional y a partir de ella, ser miembros activos de la FELAFACS.

ACCIONES DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- Destinar recursos materiales y humanos para instalar radioemisoras como parte del proceso enseñanza aprendizaje con vistas a formar una red radial.
- Utilizar recursos para garantizar la edición de impresos e intercambiarlos.
- Tramitar la participación de las carreras de Comunicación Social con derecho a voto en los directorios de los canales de Televisión Universitaria en un 60%.
- Utilizar los espacios que pueda ceder la Televisión Universitaria.
- Organizar centros de investigación en Comunicación y Documentación.

PERIODISTA RONALD MENDEZ ALPIRE

- Reiterar su solidaridad con Ronald Méndez Alpire, uno de los baluartes en la lucha de los periodistas contra la corrupción.
- Pedir al poder judicial respeto a la ley de imprenta
- Solicitar que a Méndez Alpire, cuya inocencia se debe presumir mientras no se pruebe lo contrario, si se cree que cometió falta en el ejercicio de su profesión, debe ser procesado según la ley de imprenta.

SECTORIAL NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DE LA UNIVERSIDAD BOLIVIANA
UNSXX 25 de septiembre de 1997

DESARROLLO UNIVERSITARIO

La comisión de varios, luego de un amplio debate en torno a programas de desarrollo universitario, arribó a las siguientes consideraciones:

- Se constata que existen experiencias y planes de desarrollo universitario en las diferentes carreras de comunicación pero de forma aislada y sin la sistematización debida.
- Asimismo, se pudo llegar a la conclusión que no existen objetivos comunes y que deben ser homogeneizados.

En este sentido, se considera que el objetivo central del desarrollo universitario debe estar enmarcado en la perspectiva de proyección de las carreras de comunicación en relación a su contexto. Esto se refiere a las experiencias que deben tener los docentes y los estudiantes en función al necesario vínculo de la teoría y práctica a través de la investigación, la creación de centros de documentación y departamentos de Relaciones Públicas.

INVESTIGACIÓN.

Tomando en cuenta la heterogeneidad de los planes de estudio acordes a cada región, se recomiendan los siguientes lineamientos:

- a) Incentivar la investigación en todos los niveles de la carrera.
 - b) Otorgar especial importancia a la materia de planificación en comunicación.
 - c) Crear unidades de investigación en cada carrera destinada a la producción científica tanto de docentes como de estudiantes, trabajos que podrían ser publicados y difundidos. Por otro lado las políticas de investigación estarían enmarcadas en las siguientes áreas:
- Apoyo a comunidades de base que requieran investigación de sus necesidades para futuras políticas estrategias y planes.
 - Apoyo a otras instancias de la sociedad civil enmarcadas principalmente, en las siguientes áreas: Relaciones Públicas, nuevas tecnologías y comunicación para el desarrollo.

- Apoyo a tesis y estudiantes con asesoramiento en metodologías determinadas.
- Crear concursos de investigación en todos los niveles: monografías, proyectos de investigación, trabajos científicos con metodologías apropiadas, análisis de impacto, etc.
- Realizar investigaciones a nivel nacional con la participación de todas las carreras de comunicación del sistema.
- Fomentar la publicación de una revista científica semestral que recoja los trabajos de investigación recomendados por cada carrera. En este sentido, se recomienda crear una coordinadora nacional encargada de llevar a cabo mencionado proyecto y que puede ser elegida en plenaria.

Asimismo, esta coordinación podría ser rotativa a fin que cada carrera tenga la opción de la dirección temporal de mencionado órgano de difusión. Además se sugiere una periodicidad semestral.

CENTROS DE DOCUMENTACIÓN.

Se considera que la creación de centros de documentación especializados en comunicación es muy importante para la producción, difusión y almacenamiento de información.

En este sentido se propone:

- a) La creación de centros de documentación en cada carrera en un lapso no mayor a un año.
- b) Los centros de documentación tendrán como principal función seleccionar, codificar y almacenar los trabajos de investigación más sobresalientes de cada asignatura.
- c) Lograr el intercambio de estos trabajos, y/o áreas relacionadas, con otras universidades del sistema.

CREACIÓN DE DEPARTAMENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS.

Considerando la inadecuada difusión de la imagen de las universidades públicas y los trabajos de investigación que se producen en el seno de la institución, se propone:

- a) Sugerir al CEUB la creación de un departamento de relaciones públicas para coordinar un flujo adecuado de comunicación e información a nivel interno y externo del sistema universitario.
- b) Se propone la creación de un departamento de relaciones públicas al interior de las carreras de comunicación con los siguientes objetivos:
 - Crear y mantener una imagen favorable de la carrera a nivel interno y externo.
 - Difundir las actividades que se realicen al interior de cada carrera y las realizadas por los departamentos de extensión universitaria. Por lo tanto, se plantea crear un vínculo directo entre estos departamentos y extensión universitaria en lo referente al trabajo de promoción de actividades.
 - Difundir los planes de desarrollo universitario entre las diferentes universidades del sistema y con su entorno regional.
 - Se propone que los alumnos de comunicación participen prioritariamente en los departamentos de extensión universitaria.
 - Se propone la creación y/o reactivación de los departamentos de extensión universitaria porque se considera que es un elemento esencial para el desarrollo universitario.

CREACIÓN DE MEDIOS PROPIOS

Como tercer punto de análisis en la agenda, se trató lo concerniente a la Creación de Medios Propios y a partir de ello se subdividió en dos puntos:

- A. Canales Universitarios
- B. Radio e impresos Universitarios

A. CANALES UNIVERSITARIOS

CONSIDERANDO

1. Que las autoridades no prestan la atención debida a los canales universitarios.
2. Que existe el peligro de un posible cierre o privatización de estos canales.
3. Que el canal universitario se constituye en la única opción de televisión alternativa frente a los monopolios privados existentes en la actualidad.

Por lo tanto la Primera Sectorial Nacional de Carreras de Comunicación reunida del 22 al 25 de septiembre, en la localidad de Llallagua, resuelve lo siguiente:

1. Reclamar la participación de las Carreras de Comunicación en un 60% en la toma de decisiones en lo relacionado a las políticas, programación y producción de los canales universitarios.
2. Se recomienda que cada Carrera y de acuerdo a sus propias particularidades, busque las vías adecuadas para el logro del mencionado objetivo.
3. Empezar una Campaña a nivel Nacional en defensa de los principios por los cuales fueron creados los canales universitarios.
4. Fortalecer de forma efectiva la estructura de los canales universitarios, a partir de la creación de la RED NACIONAL DE CANALES UNIVERSITARIOS, “Red alternativa Universitaria de Televisión”, ratificando además la Resolución del III Congreso de Universidades en relación a la creación de la citada red.

OBJETIVOS DE LA RED:

- a. Unificar las políticas en los canales universitarios.
- b. Unificar los esfuerzos para que los canales trabajen de manera conjunta y no aislada.

B. CREACIÓN DE MEDIOS PROPIOS: RADIO E IMPRESOS

CONSIDERANDO:

Frente a la necesidad de efectivizar en las Carreras de Comunicación el vínculo entre teoría y práctica.

SE PROPONE:

1. Creación y/o dirección y manejo de radios universitarias, con los siguientes objetivos:
 - Difundir los trabajos sobresalientes de los estudiantes.
 - Ofrecer una programación alternativa frente a la radio comercial.
 - Crear una Red de Radios Universitarias a nivel nacional, de las carreras de comunicación.
2. A través del CEUB, solicitar a la instancia gubernamental pertinente se otorguen frecuencias y se defiendan las ya existentes, a través de las estrategias definidas por cada Carrera.

3. Creación de medios impresos, tales como revistas, periódicos, boletines, libros, etc. con el principal objetivo de divulgar los diferentes trabajos y actividades tanto a nivel de docentes cuanto de estudiantes de las Carreras de Comunicación.