

**PROGRAMA
ACADÉMICO CARRERA:
CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL – UMSA**

Primer congreso académico de la Carrera de Comunicación social

1997

Depósito Legal 4 – 1 – 11 – 98
Es propiedad intelectual de la Carrera
de Ciencias de la Comunicación Social – UMSA
Enero de 1998, primera edición.
La Paz – Bolivia

EDCON EDITORES Plaza Belzu 284
Tel.: 319368 – 01537902

MENCIÓN HONOROSA

El congreso de Comunicación Social no podía haber culminado su labor si no hubiera contado con el apoyo esforzado de docentes y estudiantes, que a lo largo de dos años pusieron su trabajo e imaginación al servicio de la carrera y que merecen el reconocimiento de nuestra institución.

Ellos con:

Docente:

Lic. Carlos Echazú
Remberto Cárdenas
Lic. Marina Murillo
Lic. Sonia Sapiencia
Arq. Bernardo Juanes
Arq. Patricia Brieguer
Edgar Pomar
Lic. Juan Carlos Hervas
Lic. Ramiro Rolque
Lic. Jaime Iturri
Lic. Alberto Quevedo
Lic. Gilmer Alarcón

Estudiante:

Ronald Carrasco
Miguel Cañaviri
Gabriel Calerno
Miguel Pinto
Víctor Hugo Nina
Juan Ren Castellón
Nelson Vila
Raquel Otálora
Benjamín Laime
Amparo Morales
Calixta Choque
Oscar Santi

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	6
ANTECEDENTES	10
IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES MERCADO PROFESIONAL	12
OBJETIVOS POR ÁREA Y MATERIA	24
ÁREA DE FORMACIÓN DEL CIENTISTA SOCIAL Y DE LAS MATERIAS QUE LA COMPONENTEN	25
ÁREA DE TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN	27
ÁREA DE LENGUAJE Y PERIODISMO	29
ÁREA DE INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS	32
TÍTULOS Y GRADOS	34
TALLER SÍNTESIS	39
EL PROCESO ACADÉMICO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UMSA	41
LA ESTRUCTURA DEL TALLER SÍNTESIS	45
REGLAMENTO DE TESIS DE GRADO	47
REGLAMENTO DE TRABAJO DIRIGIDO	53
REGLAMENTO DE PROYECTO DE GRADO	60
REGLAMENTO DE EXAMEN DE GRADO	66
TABLA DE CONVALIDACIONES	71
CONTENIDOS MÍNIMOS	73
PRIMER AÑO	73
SEGUNDO AÑO	75
TERCER AÑO	78
CUARTO AÑO	80
QUINTO AÑO	83
LISTA ANUAL DE ASIGNATURAS	84
MAPA CURRICULAR	86

PRESENTACIÓN

La Carrera de Comunicación Social de la UMSA ingresa a una nueva época de su vida institucional. Se ha tenido que esperar cerca de diez años para alcanzar la aspiración de cambio en nuestra carrera.

Mirando hacia atrás, resulta impresionante observar la de obstáculos que se tuvo que vencer a lo largo de los cerca de los años de vigencia del congreso de la carrera, para alcanzar la aprobación de su nuevo plan de estudios; los prejuicios extremos e internos jugaron un papel muy negativo.

Sin embargo, lo importante es haber llegado a la meta. Ahora que empezamos un nuevo año con una nueva carrera, tenemos por delante un duro desafío, que consiste en la aplicación del nuevo plan de estudios recientemente aprobado por el H. Consejo Universitario de la UMSA. Para esta tarea requerimos y demandamos el decidido apoyo de las autoridades de nuestra universidad, pues, para la eficiente aplicación del Taller Vertical Síntesis necesitamos más cargas horarias de docencia y ayudantía, además de la infraestructura apropiada. A cambio ofrecemos el fruto de muchos meses de duro trabajo (la antípoda de la improvisación) en la seguridad de contar en el futuro próximo con estudios de nivel superior de comunicación social que llevara la vanguardia en nuestro país.

Debemos contar, esta vez de manera franca con el apoyo de todos los docentes de la carrera sin reticencias, en un ámbito de la más amplia libertad y posibilidad de crítica. De los estudiantes no tenemos que pedir mucho, pues confiamos en la entrega decidida a su carrera. Tal vez una cierta tolerancia por las dificultades que se enfrentan en la primera época de aplicación del nuevo pensum.

Nuestro nuevo plan de estudios, que ha contado con el aplauso de la sectorial de carreras de Comunicación Social del sistema Universitario efectuada en la localidad de Siglo XX durante el mes de octubre pasado, nació como fruto el diagnóstico de la Carrera en maratónicas sesiones de trabajo y la contribución de más de diez propuestas generales de

cambio. Se focalizo como causa principal de las deficiencias académicas de nuestra institución a la separación entre teoría y práctica en el proceso del conocimiento. De ahí nació la necesidad de crear una nueva currícula que tuviera como eje articulador la unión entre teoría y práctica en el proceso de enseñanza de aprendizaje: esto es el Taller Vertical Síntesis.

Pero hay que destacar el aporte de docentes y estudiantes autonomistas y revolucionarios, que creen en una futura sociedad sin clases sociales para Bolivia, quienes, sin pensar en sectarismo políticos, fueron el motor del cambio, no sólo con el aporte de su esfuerzo y tiempo, sino con la contribución de sus ideas y creatividad; por lo que puede afirmarse con justicia que los resultados alcanzados serán un legado cultural de la izquierda universitaria a la Comunicación Social de la UMSA.

Aspiramos a que los resultados de esta nueva carrera sean útiles, no sólo a nuestra institución, sino a otras de la Universidad Boliviana en las que existe similar deficiencias.

Exhortamos a todos a encarar con optimismo el comienzo de esta nueva experiencia en la educación superior boliviana.

Lic. José A. Bernal Adriazola
COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR

COMENTARIO

La Carrera de Comunicación Social de la UMSA, después del largo proceso de realizar el PRIMER CONGRESO ACADEMICO, finalmente llegó a una satisfactoria culminación del mismo. El magno evento no sólo se quedó en la clausura correspondiente, como era compromiso en la Asamblea Docente Estudiantil después de la actividad académica, se logro la aprobación de sus resoluciones en todas las instancias legales de la universidad.

La nueva currícula de Comunicación con su estructura central de los Talleres Síntesis y Verticales garantiza la tan ansiada unidad de teoría y práctica para la formación del futuro profesional. Resolviendo, de esta manera, varias interrogantes e incertidumbres de los estudiantes en especial.

Como es de conocimiento general, el pensum anterior se caracteriza por ser ambiguo, es decir que abarca muchas materias, los que además se desarrollan e cortos periodos (semestrales); en el que no existe continuidad, resultando de esto “estudiantes que abarcan todo y se encontraban desorientados al culminar sus estudios”. Esto ha ocasionado frustraciones a gran parte de los estudiantes, reflejándose en la realidad con cuatro graduados y muchos desocupados en el mercado de trabajo.

Ahora el nuevo plan cuenta con cuatro modalidades de graduación para que los estudiantes puedan elegir de acuerdo a sus posibilidades. Tomando en cuenta las cuatro áreas teóricas con continuas respecto al contenido mínimo, durante cuatro años, que garantiza tener una buena formación en campo metodológico-teórico para consolidar su titulación, el estudiante obtiene de manera automática el grado de Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social en cuatro años de estudio. Estas nuevas formas de graduación, se hace extensivo para los más de 400 egresados, mediante un curso de actualización.

Con el cambio Académico, se denomina ahora Carrera Ciencias de la Comunicación Social, antes llamada Comunicación Social, refrenada en la sectorial de la carrera de comunicación a nivel nacional que se llevo en la localidad de Llallagua-Potosí. Esto viene a

darle mayor jerarquía y responsabilidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje e investigación con metodología científica, y diferenciándose con esto ampliamente de los institutos y universidades ilegales que aparecen al calor del lucro.

Con esta transformación estructural, la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, proyecta a los futuros comunicadores a desafiar científicamente en el mercado de trabajo y en el desarrollo teórico comunicacional. Estudiantes y docentes debemos seguir trabajando para que continúe mejorando nuestra carrera y dar respuestas concretas a nuestra sociedad.

!!!Luz cámara acción, adelante comunicación...!!!

ANTECEDENTES

A comienzos de 1984 no existían carreras de comunicación social en universidades públicas. La dramática situación de pobreza y la dependencia de Bolivia hacia imperiosa la necesidad de formar profesionales en el campo de la comunicación con hondo sentido crítico, conscientes de la realidad que vive el país y el mundo, en la época de vertiginoso avance de la tecnología en la comunicación.

Después de meses de estudio, la Facultad de Ciencias Sociales decidió, el mes de junio de 1984, efectivizar la creación de las carreras de comunicación, antropología y arqueología. El mes de agosto del mismo año, por resolución 1/1617/145/84 del H.C.U. se creó la Carrera de Comunicación Social de la U.M.S.A.

Desde entonces la carrera tuvo una vida azarosa, en gran medida causada por su creación prematura, por la falta de equipamiento necesario para su funcionamiento y por la enorme popularidad de los estudios en comunicación que desde el comienzo pobló la carrera con gran número de estudiantes.

La inestabilidad de la carrera provocó a su vez la necesidad de cambios en su estructura académica los años 1985, 86 y 87, que no modificaron sustancialmente esta institución de la U.M.S.A.

La persistencia de graves problemas; la insatisfactoria formación profesional; la enorme cantidad de egresados que no pueden obtener su título, etc., motivó a la nueva-gestión de esta carrera buscar una transformación estructural para la misma.

1^{er} CONGRESO ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A partir del mes de marzo de 1996, después de un período de preparación, se inauguró el 1er. Congreso Académico de la Carrera de Comunicación Social de la

U.M.S.A. Al mismo se presentaron diez propuestas generales de transformación del plan de estudios y se tomó en cuenta de las jornadas académicas anteriores decenas de propuestas parciales.

Se analizaron durante meses todas las propuestas presentadas y se discutieron los diagnósticos y otros aspectos de las mismas. Una parte importante del trabajo fue el relativo al debate de lo que se entiende por la filosofía de la praxis de la educación superior, cuestión que abarcó semanas.

Se organizaron seminarios diversos, con la participación de personalidades del mundo de la comunicación en Bolivia, sobre diferentes temáticas; se realizaron encuestas y se recibieron a ilustres visitantes como los profesores Juan Gargurevich de Perú o Marques de Melho de Brasil.

Finalmente, luego de una serie de dificultades como la oposición de un grupo de docentes que hacían campaña en contra del evento en sus aulas y ante autoridades superiores de la U.M.S.A. o como la ola de paros e interrupciones que vivió el país el año pasado, perturbadoras de la labor del congreso, se arribó a las plenarias finales, que se efectuaron en el paraninfo de la U.M.S.A. entre el 30 de junio al 8 de julio pasados, con una masiva asistencia de docentes y estudiantes, llegando a las conclusiones finales que se pusieron a consideración de las autoridades superiores de nuestra universidad, no sin antes manifestar nuestro verdadero orgullo de haber alcanzado el objetivo con la más profunda legitimidad de trabajo largo, serio y democrático, así como la máxima legalidad autonomista.

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

MERCADO PROFESIONAL

ÁMBITO EMPRESARIAL

El mercado para los comunicadores sociales

La universidad Boliviana (UB) y la UMSA precisamente porque en ésta está vigente la autodeterminación y la libertad de pensamiento, constituyen (o deben ser) la conciencia de la sociedad, por lo que no sólo debe tomar en cuenta las leyes del mercado sino que debe tratar de orientarlas en la medida en que la situación concreta lo permita.

En consecuencia, la carrera de Comunicación de la UMSA debe formar profesionales eficientes e integrales para el mercado vigente, así como tiene que aspirar a formar una intelectualidad para el campo popular. Esto es tomar en cuenta los requerimientos actuales del mercado, las necesidades desatendidas sobre todo de las comunidades rurales, la experiencia vivida hasta ahora, entre los factores esenciales.

Los anacronismos vigentes en el mercado (como la contratación de personal improvisado y/o empírico al que se subvalora y se le paga sueldos miserables), aunque es una tendencia difícil de superar y cuya permanencia se advierte en el horizonte por el tiempo indeterminado, no puede sino llevarnos a plantear nuevas tareas para la carrera de Comunicación como actividades académicas itinerantes, cursos a distancia, talleres de actualización, con el propósito de asegurar la profesionalidad universitaria a los que aprendieron el oficio del periodo en las salas de redacción o en el trabajo reporteril. Sin embargo, lo principal para enfrentar esta tendencia, sostenida por los empresarios, es ofrecer comunicadores competentes que estén dispuestos a trabajar incluso en lugares distantes de las capitales departamentales, la que será una tarea complicada que, empero, no puede perderse de vista.

La naturaleza de la comunicación social en este mundo unipolar y globalizado, en el que el desarrollo de la tecnología de punta introduce en el mercado un nuevo medio de difusión como el Internet, los cursos de actualización serán todavía más imperiosos que en este momento. Para ofrecer estos cursos la carrera de Comunicación de la UMSA debe contar, a corto plazo, con los recursos materiales y humanos eficientes e idóneos. Este elemento muestra, al mismo tiempo, que la formación profesional no puede ni debe concluir en este centro de profesionalización. Esto también patentiza uno de los rasgos del mercado profesional para los comunicadores, y las tareas académicas de una casa de estudios superiores.

La publicidad y la propaganda, incluidas las encuestas, ofrecen puestos de trabajo cada vez mejor remunerados y de carácter permanente. Las empresas que venden estos servicios, probablemente todas, son privadas. No obstante, requieren de profesionales en comunicación, ahora, con más frecuencia.

Las fuentes de trabajo nombradas evidencian que la carrera de Comunicación de la UMSA debe organizar, en el menor tiempo posible, cursos de posgrado.

Se observa un acelerado incremento en la demanda de profesionales en comunicación, así lo indica la proliferación de academias, de cursos, seminarios, visitas de profesores extranjeros conferencistas etc.

Las ONGs requieren cada vez más comunicadores.

La demanda actual de comunicadores por el mercado tradicional es menos dinámica lo que, sin embargo, está lejos de ser una demostración de que este mercado estaría saturado, como se suele afirmar de manera irreflexiva.

Este mercado tradicional, no obstante, empieza a exigir profesionales que no sólo tengan la destreza suficiente para manejar la noticia sino que en este último tiempo se busca periodistas que además elaboren ideas (géneros opinativos), así como quienes

preferentemente interpreten la información, es decir, que expliquen el sentido de la noticia y el contexto de los hechos narrados. La interpretación se muestra en reportajes interpretativos cada vez más frecuentes en los medios impresos, aunque también se encuentra todavía, en esos periódicos, predilección manifiesta por la noticia de último momento.

Las nuevas generaciones de comunicadores, con formación universitaria (sin título, titulados o estudiantes), desplazan a meritorios periodistas formados en las salas de redacción. Hace 10 años se contaba con un «elenco estable» de aquellos periodistas empíricos del que dependían los medios impresos y electrónicos, especialmente en La Paz, —así decían quienes estudiaron el tema. Esto corresponde al pasado, aunque todavía se introducen en los medios de difusión quienes carecen de instrucción académica no sólo en las provincias sino también en capitales departamentales. En otros términos: se acomodan y conviven recursos humanos de formación empírica y académica en los medios de difusión. Lo nuevo y lo viejo, en este caso, se complementan.

El mercado de este tiempo que no está saturado, reiteramos emplea comunicadores en los medios de difusión, con preferencia en capitales departamentales y algunas provinciales. Sin embargo, se contrata a comunicadores formados en las universidades para radios comunitarias, publicaciones institucionales, actividades comunicacionales de ONGs, asesorías de prensa, algunas empresas o ciertos bancos (como el Banco Solidario), oficinas de relaciones públicas o comunicación institucional, empresas de turismo, institutos de profesionalización, oficinas públicas, docencia universitaria, publicidad y propaganda.

El mercado potencial o los requerimientos emergentes de aquél acaso son más promisorios o se muestran así de acuerdo a lo que ya sucede en este momento.

A pesar de los recursos comunicacionales tradicionales de los que disponen, por ejemplo, los pobladores del agro (indígenas, campesinos y colonizadores), estos sectores recogen experiencias comunicacionales propias y extrañas, y se empeñan en instalar emisoras de radio comunitarias.

Campeños chuquisaqueños y cochabambinos cuentan con estos medios radiales, así como colonizadores del norte de Santa Cruz y los cocaleros del Chapare (también colonizadores) tienen la suya en la población más antigua del lugar (Chipiriri). Los indígenas de las tierras bajas, por su parte, se intercomunican por radio en horarios regulares lo que supera, en cierto modo, el sistema tradicional de comunicación.

Esta realidad muestra la posibilidad cierta de que estas comunidades (todavía poco comunicadas entre sí y menos aún con el resto de la sociedad civil), requerirán muy pronto de un personal profesionalizado que no los sustituya pero que trabaje en la asesoría técnica que sí necesitan. Los reporteros populares que trabajan para medios radiales y ONGs refuerzan el convencimiento de que allí también habrá trabajo para los nuevos comunicadores.

La idea de las agencias de noticias (por, del, y para el campo popular) constituirían un nuevo eslabón de la comunicación alternativa y popular que sufre reveses, pero está muy lejos de ser un cadáver insepulto. Estas agencias o similares, como las redes comunicativas, son una necesidad, aunque sólo una aspiración todavía, empero, su materialización es una posibilidad real aunque en plazo mediato. No obstante, esta es una actividad real, o parte del mercado emergente o potencial.

Son múltiples las pro-formas de este mercado potencial en un país «incomunicado» como el nuestro, pese a la cantidad creciente de medios de difusión controlados por los empresarios privados.

La tendencia a la constitución de monopolios de medios de difusión o multimedios reaviva al mercado potencial o emergente. Explicamos; en la medida en que crezcan estos monopolios lo probable es que la noticia en la que «irrumpe» el pueblo y sus necesidades será cada vez menos reflejada en los medios controlados por los monopolios (ATB como ejemplo). Una de las consecuencias debiera ser que el campo popular entienda la urgencia

de contar con sus propios medios de comunicación (alternativos y populares) en los que sí irrumpirá el pueblo, sus necesidades, aspiraciones, conquistas, victorias, derrotas, etc.

Las actividades comunicacionales que tienden a consolidarse y desarrollarse en plazo inmediato (aunque todavía permanecen en el ámbito de lo potencial, pero por eso mismo emergente), son la elaboración de estrategias comunicacionales tanto de políticas públicas como privadas: La información para la participación popular, y la salud sexual y reproductiva son una señal de esta afirmación.

La investigación en comunicación es una actividad limitada en sus alcances, casi empieza en Bolivia, y lo que se hace en este ámbito es el resultado de iniciativas privadas. La U.B. y la U.M.S.A. por intermedio de la carrera de Comunicación, deben impulsar esta actividad desde las aulas universitarias y debe formar investigadores para que éstos, asociados y/o de manera independiente, se dediquen a la investigación.

Las asesorías de prensa, relaciones públicas (o comunicación institucional como se las denomina en este tiempo), «medición» de la opinión pública, consultorías comunicacionales, se inscriben también en este mercado potencial, nada saturado, porque recién vivimos el momento de su apertura.

La docencia en las escuelas del sistema público y privado, en institutos de formación profesional, normales urbanas y rurales, así como en la U.B. son otra veta en el mercado profesional para los comunicadores que apenas se abre.

Las «mini-empresas» de comunicadores o asociaciones de éstos que producen programas diversos para los medios de difusión (suplementos especializados para periódicos, programas deportivos para radio o revistas con temas culturales para televisión), son ejemplos de lo que se puede hacer y de la ocupación para los nuevos comunicadores.

Las consultorías especializadas en comunicación, de reciente factura, muy pocas aún, son también una reserva laboral para los nuevos profesionales en comunicación.

Prácticas decadentes

Una de las principales prácticas decadentes del mercado boliviano para los comunicadores es que, especialmente, para el trabajo en emisoras de radio, televisoras (repetidoras casi siempre), corresponsales de medios impresos, se contrata personal empírico, algunos profesionales con especialidades distintas a la comunicación, y los formados en esta rama académica son excepción.

Con frecuencia se argumenta que para escribir, dirigir un programa por radio y presentar noticias por televisión no se necesita estudiar en las carreras de comunicación. Además, es cierto que una parte de los periodistas todavía se forman en las salas de redacción. Más aún, un director de un matutino paceño afirmó en una ocasión que una buena sala de redacción de un periódico forma mejor a los periodistas que una mala escuela de comunicación.

Asimismo, hay una práctica inversa: se contrata estudiantes de comunicación o a egresados para pagarles menos de lo que normalmente se remunera a un profesional. A menudo este personal firma contratos a plazo fijo, así no acumula ni antigüedad, ni recibe otros beneficios sociales.

La entrega de profesionales con niveles de excelencia y con una formación integral, es una de las vías para contrarrestar esta práctica, de veras decadente.

Prácticas presentes

En este tiempo los comunicadores trabajan en medios de difusión y agencias de noticias. Además, mucho menos, en publicidad, relaciones públicas, ONGs. Menos todavía, en la docencia, producción audiovisual y como parte de microempresas de los comunicadores que producen programas para radio, televisión y/o materiales para la prensa.

Diseñadores, diagramadores, correctores de estilo, productores para televisión y radio, son las «especialidades» que actualmente se demanda en el mercado, aunque en una escala modesta.

Prácticas emergentes

El desarrollo de las nuevas tecnologías abre posibilidades de trabajo en ciertas especialidades, empero, aquéllas también desplazan o reducen a una parte del personal, especialmente de medios impresos. No obstante, los redactores no serán reemplazados, por ejemplo, por las computadoras.

El Internet, un «nuevo» medio de difusión o periódico «electrónico», exige destrezas particulares de los comunicadores, sin embargo, la demanda de estos servicios recién empieza.

La comunicación alternativa y popular dirigida hacia públicos como los migrantes de ciudades y de las comunidades campesinas (incluidos colonizadores e indígenas de las tierras bajas del país), es una actividad que puede ampliarse ante la demanda de este servicio, aunque ahora en la ciudad de El Alto este trabajo está a cargo de ONGs. Esta comunicación se asocia y complementa con la educación popular, no formal.

La docencia en escuelas, colegios y universidades se abre como una posibilidad de trabajo para los comunicadores que, se espera, se amplíe, para lo que deben ser vencidas los vetos impuestos por los profesores formados en las normales.

El trabajo de comunicación en las actividades agropecuarias, publicidad a una mayor escala, asesorías de prensa, comunicación institucional, consultorías en comunicación, micro-empresas comunicacionales, investigación en comunicación, investigación de la opinión pública, se inscriben entre las prácticas emergentes o mercado potencial para los comunicadores bolivianos.

ÁMBITO ESTATAL

La mencionada toma de conciencia respecto a la importancia de la comunicación en el mundo moderno ha impulsado asimismo al sector estatal a demandar los servicios de profesionales en este campo en múltiples actividades comunicacionales, desde la investigación de corrientes opinión pública hasta campañas de publicidad y propaganda de políticas gubernamentales.

La Carrera de Comunicación Social debe sumarse a todos los proyectos de la U.M.S.A. referentes a los planes de desarrollo regional, en la certeza de que todo plan o proyecto de cualquier naturaleza, con seguridad requiere del servicio de profesionales en comunicación.

TÍTULOS Y DIPLOMAS

Según un resolución del Congreso, la Carrera, ;además de ratificar el objetivo de formar profesionales a nivel licenciatura, al cabo de 5 años de estudio, crea un grado intermedio al terminar los cuatro años de Carrera, este es el de Bachiller Superior en Ciencias de la Comunicación.

Se aspira, en un próximo futuro, a crear el nivel de postgrado en Ciencias de la Comunicación.

IDENTIFICACIÓN DE TAREAS Y CARACTERÍSTICAS PROFESIONALES.-

- Actividades más relevantes en el contexto regional y nacional.

El Congreso ha aprobado la modalidad del «Taller Síntesis» que, como se explica en otro apartado, consiste en el trabajo grupal de estudiantes de diferentes niveles de la carrera dirigidos por un docente. Dentro de esta modalidad se contempla el llamado «Taller Abierto» como *se* puede observar en el mapa curricular adjunto. Este taller está concebido

para grupos que deseen realizar trabajos en el campo. Por lo tanto, queda abierta la posibilidad de efectuar tareas del más diverso tipo en el contexto regional o nacional.

DEFINICIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL

La Carrera de Comunicación Social de la U.M.S.A. forma:

a) Licenciados en Ciencias de la Comunicación Social

Licenciados en Comunicación Social de acuerdo al reglamento, en las menciones siguientes:

- Planificación en políticas de comunicación.
- Comunicación y educación alternativa y popular.
- Periodismo.
- Producción audiovisual

Al cabo de los cinco años de estudios el profesional en Comunicación de la U.M.S.A. deberá haber alcanzado las siguientes características:

- Deberá poseer, una formación basada en la realidad nacional, apoyada en el conocimiento universal sobre la ciencia social, lo que le permitirá comprender problemas sociales vigentes.
- Deberá poseer, al mismo tiempo, un dominio de los instrumentos técnicos propios de la comunicación moderna.
- Sabrá evaluar los procesos económico-sociales y políticos del país.
- Será promotor de actividades y proyectos comunicacionales.
- Estará preparado para realizar investigaciones científicas en comunicación, que le permitirá no sólo profundizar, sino también producir nuevos conocimientos que conduzcan a la permanente aproximación a la realidad nacional.

- Estará formado para experimentar adhesión y práctica de los principios y valores éticos fundamentales como: la verdad, justicia, equidad, solidaridad, tolerancia y vocación de servicio.
- Estará capacitado para impartir clases a nivel de enseñanza superior y media en los ámbitos relacionados con la comunicación y las ciencias sociales.

b) Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social

Forma bachilleres en ciencias de la comunicación Bachilleres serán los que venzan satisfactoriamente el cuarto curso de la Carrera.

Las características del Bachiller son las siguientes:

- Deberá poseer un dominio de los procedimientos e instrumentos técnicos de la comunicación.
- Deberá poseer una formación que esté basada en la realidad nacional que le permita comprender su problemática.
- Estará preparado para insertarse al mercado laboral con una sólida formación en los aspectos técnicos de los medios comunicacionales.
- Estará preparado para impartir clases en el ámbito de la educación media en materias de ciencias sociales y los específicos de comunicación.

ELEMENTOS CURRICULARES

BASES Y ESTRUCTURAS CURRICULARES.-

Se crea el sistema de «Taller Vertical Síntesis», destinado a superar la separación entre la teoría y la práctica en la educación superior, orientado a dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje en comunicación social.

ESTRUCTURA CURRICULAR.-

1. ÁREA BÁSICA: Comprende a las sub-áreas que agrupan a las materias teóricas y técnicas que son el objeto de la instrumentación. Estas sub áreas son:

1.1. FORMACIÓN DEL CIENTISTA SOCIAL.

1.2. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

1.3. LENGUAJE Y PERIODISMO

1.4. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS

1.5. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS

2. AREA TRONCAL: Comprende al Taller síntesis que aplica una práctica concreta expresada en cuatro líneas de formación que el estudiante podrá elegir: Televisión, Radio o Temáticas Alternativas.

3. ÁREA COMPLEMENTARIA: Comprende a los seminarios optativos y electivos cuatro de los cuales son obligatorios.

LOS CICLOS.-

La estructura curricular está dividida en tres Ciclos de acuerdo a los niveles de profesionalización.

a) NIVEL INTRODUCTORIO

Constituido por el Primer año, cuyo objetivo es situar al estudiante en los procesos comunicacionales.

b) NIVEL FORMATIVO

Constituido por el Segundo, Tercero y Cuarto año. Es un nivel de desarrollo en el Taller Síntesis. Al finalizar este nivel el estudiante obtiene el grado de Bachiller.

c) NIVEL SUPERIOR

Constituido por el Quinto año, es el nivel de la profesionalización, a cuya finalización el estudiante está habilitado para su graduación previo desarrollo de una de las modalidades previstas.

RELACIÓN DEL NIVEL HORIZONTAL Y VERTICAL

Los niveles horizontales están representados por las asignaturas agrupadas en las Arcas Básicas y Complementarias, siendo el nivel vertical el correspondiente al taller Síntesis, en el cual los estudiantes del Segundo a Quinto año están integrados en grupos de trabajo específicos.

OBJETIVOS DE FORMACIÓN EN LA CARRERA

La Carrera de Comunicación de la U.M.S.A. se propone formar:

- Un comunicador integral que una la teoría con la práctica.
- Un comunicador veraz, crítico y analítico, que lea la realidad y que aporte para transformarla.
- Un comunicador que sea capaz de elaborar mensajes informativos, opinativos e interpretativos que tengan como divisa la verdad.
- Un comunicador pedagógico y un cientista social que utilice con eficiencia el método científico y que esté capacitado para crear conocimiento.
- Un comunicador que luche para que el pueblo sea verazmente informado.
- Un comunicador que defienda los derechos humanos, los derechos de los pueblos, los valores culturales del país y se incorpore a la lucha por una sociedad más justa y más humana.

OBJETIVOS

POR ÁREA Y MATERIA

ÁREA DE FORMACIÓN DEL CIENTISTA SOCIAL Y DE LAS MATERIAS QUE LA COMPONEN

OBJETIVOS.-

La consideración fundamental para incluir el área del dentista social dentro del pensum de la Carrera de comunicación social es la constatación de que el Comunicador realiza su labor en un ambiente determinado. Ese ambiente no es otro que la sociedad en todas sus esferas. De aquí nace la necesidad de que el Comunicador CONOZCA la sociedad. Por este motivo el objetivo fundamental del área es dotar al Comunicador de las herramientas teórico/conceptuales de las ciencias sociales para comprender la sociedad. Por otro lado el Comunicador debe, en este mismo espíritu, conocer los procesos históricos del desarrollo de las sociedades.

Otra consideración básica constituye la necesidad inminente de la Universidad pública de contribuir de manera eficiente al desarrollo de la sociedad de la cual forma parte. Todos los profesionales formados en esta Universidad, deben aportar de una u otra forma a la consecución de este objetivo. El Comunicador debe pues conocer y comprender la sociedad y las leyes que rigen su desarrollo para cumplir con su parte en el proceso del desarrollo social.

Las materias incluidas en esta área están, todas ellas, de una u otra forma relacionadas con estos objetivos fundamentales.

ECONOMÍA POLÍTICA

Tiene el objetivo de dotar al estudiante de las herramientas teóricas básicas para la comprensión de los procesos infraestructurales de las sociedades. Fundamentalmente se trata de que el estudiante conozca los conceptos básicos de la economía política y de la macroeconomía.

TEORÍAS SOCIOLOGICAS

Pretende dar a los estudiantes conocimientos sobre las teorías fundamentales desarrolladas en el ámbito de la sociología, así como el desarrollo del pensamiento en este campo de las ciencias sociales.

PROCESOS HISTÓRICOS

Otorgará al estudiante un panorama general del desarrollo de las sociedades humanas, haciendo énfasis en las relaciones estructurales de las esferas económica, política e ideológica de las formaciones sociales más características en el desarrollo de la historia universal.

FORMACIÓN SOCIAL BOLIVIANA

Tiene el objetivo de dotar al estudiante de conocimientos fundamentales sobre el desarrollo de los procesos históricos de la Formación Social Boliviana desde la época precolombina, pasando por la colonia, la fundación de la república hasta el período neoliberal imperante hoy en día.

PROCESOS Y TENDENCIAS POLÍTICAS CONTEMPORÁNEOS

Introducirá al estudiante en un estudio de las relaciones económicas y políticas imperantes hoy en día en el ámbito internacional, además de ilustrar las repercusiones de este nuevo orden internacional para Bolivia.

LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN COMUNICACIÓN

Pretende dotar al estudiante del conocimiento de las normas formales e informales vigentes en la sociedad boliviana para el desempeño de sus labores comunicacionales.

ÁREA DE TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

OBJETIVOS.-

La investigación de la comunicación como proceso social nació ligada al desarrollo de los medios de comunicación colectiva, aunque se remonta a principios del siglo el vertiginoso ascenso de la tecnología influyó en el desarrollo de la radio, T.V. y el cine y la evidencia de su poder e influencia política, social y cultural promovió estudios más sistemáticos de los fenómenos comunicacionales.

Los teóricos americanos y europeos iniciaron las escuelas funcionalistas y estructuralistas y desarrollaron las tradicionales tendencias comunicacionales. Las vocaciones contestatarias que surgen a partir de hechos sociales transformadores frente a la dependencia y explotación tienen menos tiempo; en el caso de América Latina recién en los 60 se irán conformando las prácticas de la comunicación alternativa basadas en las orientaciones marxistas y anarquistas. La teorización de la comunicación marxista se constituye sobre otras en una poderosa corriente en Bolivia y en todo el mundo pese a la incursión de las propuestas postmodernas.

El estudio analítico de los procesos e intereses clasistas históricos y políticos de las diferentes tendencias teóricas que se desarrollaron en base a condicionantes socio-políticas muy específicas es uno de los principales propósitos de esta área.

La teoría crítica de la comunicación que vincule el objeto de estudio con el sujeto, la unidad de teoría y práctica es parte fundamental de los objetivos que se proyectan a articular a la Carrera de Comunicación con los intereses del colectivo subalterno.

Esta incursión amplia e inclusiva a las diferentes posiciones acerca de la comunicación social es necesaria para que el estudiante no sólo obtenga conocimientos generales sobre la comunicación y sus tendencias teóricas, sino que pueda desarrollar una

posición activa acerca de los diferentes planteamientos comunicacionales. Esto sólo será posible en base a una contextualización de la ubicación ideológica y política de la comunicación social en nuestro país. El conocimiento de la realidad exige además que la teoría se fundamente en los hechos motores de la producción material e ideológica como elemento raíz de diferentes teorías.

Además de la diferenciación entre las principales corrientes teóricas es preciso realizar un proceso de profundización sobre el uso de los medios masivos de comunicación y los efectos sociales e intencionalidades que orientan en nuestra época la instrumentalización de los discursos más mediáticos.

El manejo de conceptos sustantivos detallados en el programa, se refiere no sólo a la obtención de un conocimiento general de las tendencias teóricas sino al desarrollo de una posición crítica y su contextualización económica y social.

OBJETIVOS POR MATERIA

1er. AÑO TEORÍA Y PRACTICA DE LA COMUNICACIÓN

Tiene por objetivo introducir al conocimiento de las ciencias de la comunicación mediante la práctica inicial ligada transversalmente al fundamento teórico crítico. Por esta razón y debido a que la Comunicación Social cumple hoy el papel de mantención de la ideología del sistema este nivel de formación se resolverá no sólo como una reseña cronológica del desarrollo de los medios de comunicación o un despliegue crono gráfico de los hechos comunicacionales; más bien se relacionará una visión crítica de la formación histórica de la ideología y sus soportes materiales con la práctica básica y manejo introductorio de los medios de comunicación

2do. AÑO TEORÍA Y PRACTICA DE LA COMUNICACIÓN II.

El objetivo fundamental en este nivel es la consolidación de una visión crítica de la formación histórica de la ideología y sus soportes materiales y a partir de aquello plantearnos el desarrollo de una práctica comunicacional basada en el contenido y manejo tecnológico cualitativos.

3er. AÑO TALLER DE INVESTIGACIÓN DE LA REALIDAD COMUNICACIONAL BOLIVIANA

La gestación de comunicadores con conocimientos de las actuales condiciones históricas, sociales, económicas políticas que condicionan la comunicación en Bolivia es una reflexión ubicada en el marco del proceso de "globalización" mundial que este módulo pretende plantar.

4to. AÑO TEORÍA Y ANÁLISIS DE LOS LENGUAJES

El estudio de las narrativas subalternas que se desarrollan en espacios vivos de conflicto de clase, etnia y género son posibilidades alternativas a la economía y pensamiento neoliberal. La recuperación de estos conocimientos y modalidades de comunicación contribuirá no sólo a una formación universitaria sino también al desarrollo de una cultura que nos pertenece.

La apropiación y desarrollo de estas narrativas es una fuente de autonomía y resistencia que es parte de lo que las teorías de la comunicación deberían asumir.

ÁREA DE LENGUAJE Y PERIODISMO

OBJETIVOS.-

El lenguaje escrito (así como toda lengua) sirve para comunicarse y/o incomunicarse; para informar, subinformar o desinformar; para desideologizar y

reideologizar; para la dominación y para la liberación. Es un instrumento que los periodistas y los comunicadores deben dominar. La elaboración de mensajes escritos (orales y televisados) sería imposible sin conocer el idioma castellano.

«El periodismo es una actividad organizada de información noticiosa (y de opinión/ e interpretación/) que, utilizando un sistema de difusión cualquiera, o también alguno de divulgación, lleva una serie de datos ordenados y relativos a uno o varios aspectos de la realidad exterior a un público general o específico con intervalos de tiempo establecidos.» Asumimos como válida esta definición, lo que refuerza la necesidad de adquirir destrezas para manejar correctamente el lenguaje escrito. Sin éste es imposible el periodismo como queda definido aquí.

Lenguaje

Para escribir bien y/o muy bien es absolutamente imprescindible el dominio de lo esencial de la gramática para una correcta utilización del lenguaje castellano. Con razón se dice que las palabras son algo así como la arcilla con la que deben tallar los comunicadores y los periodistas. Por ello, se realizará un Taller de Lenguaje (un año), porque no basta que se conozcan las reglas de la gramática, ya que tanto o más importante aún es la aplicación de estas normas (convenciones) en la redacción, que es darle forma escrita a datos, ideas y explicaciones.

Redacción I.

Géneros informativos

Aprender a escribir géneros informativos (Redacción Periodística I) es una forma de narrar la realidad o una parte de ésta. Si el periodismo es, también, tener algo nuevo que decir y decirlo bien, aprender a escribir estos géneros de expresión informativos, es una tarea cotidiana de un periodista y un comunicador. La noticia es el punto de partida de todo trabajo periodístico. A la información por escrito, se suma el dominio del lenguaje

periodístico, el manejo adecuado de las fuentes noticiosas, etc. Este trabajo se complementa, y en cierto modo está precedido, por el seguimiento de la noticia.

Redacción II.

Ideas escritas

A mayor información, más ideas, más opiniones irrefutables. Por eso, luego de aprender a informar, es posible la elaboración de juicios más sólidos. Para aprender a escribir los puntos de vista, se propone el taller de géneros opinativos (Redacción Periodística II).

Cuando se escriben bien los géneros informativos es más fácil poner por escrito los criterios.

Además, los datos son el respaldo de las ideas, razón por la que el seguimiento de la noticia debe continuar todo el tiempo que se concurre a un taller de Redacción Periodística II.

Redacción III.

El sentido de las noticias

La interpretación (Redacción Periodística III) es más eficiente cuando se sabe informar y opinar por escrito. La explicación de una determinada situación noticiosa (interpretación), combina los datos con los criterios.

La interpretación, que descubre el sentido de los hechos y las circunstancias en las que éstos ocurren, en los medios de difusión, sin ser nueva al menos entre nosotros recién se abre espacio. Empero, ahora los géneros interpretativos se escriben más y mejor, especialmente el reportaje; empero, otros como el análisis, el perfil o el ensayo periodístico, son muy escasos (casi inexistentes en los medios de difusión. Este es otro elemento que indica la necesidad de un taller anual para aprender a escribir estos géneros.

Periodismo.

La teoría general del periodismo, los tipos de periodismo, escuelas, deben ser estudiados en profundidad. Las especialidades, como la del periodismo de investigación es algo que debe aprehenderse en esta área del conocimiento en Comunicación de la UMSA.

Compartimos este criterio: aprender a escribir es como aprender otra lengua. Si esto es así se justifican los talleres de lenguaje y periodismo durante cuatro años, así como la teoría general del periodismo.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS

OBJETIVOS

1. Conocer la estructura y los principios del pensamiento científico y de las técnicas de investigación.
2. Aplicar críticamente las prescripciones del método científico al análisis y lectura de la realidad.
3. Generar en los estudiantes el hábito de la aplicación crítica y rigurosa del método y de sus técnicas a los problemas de la realidad, y de la comunicación en particular.

OBJETIVOS DE LAS MATERIAS

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

1. El alumno deberá conocer los fundamentos básicos de la investigación científica y de las técnicas elementales de estudio y escritura.
2. Deberá aplicar lo aprendido a su trabajo de investigación.

EPISTEMOLOGÍA Y LA LÓGICA

1. El alumno deberá informarse de problemas fundamentales del conocimiento (epistemología) y del pensamiento (lógica) y sus diferentes propuestas teóricas y metodológicas.
2. Deberá poder escoger y aplicar algunas de las prescripciones metodológicas de dichas escuelas.

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

1. El alumno deberá conocer los fundamentos del método científico y las técnicas de investigación.
2. Deberá aplicar sistemáticamente a sus trabajos de investigación lo aprendido.

MÉTODOS DE LA COMUNICACIÓN

1. El alumno deberá conocer el método y las técnicas específicas del área de comunicación.
2. Deberá aplicar rigurosamente las técnicas aprendidas a su campo específico.

TÍTULOS Y GRADOS

La Carrera de Comunicación Social de la U.M.S.A. mantiene la titulación de nivel de licenciatura al cabo de cinco años de estudio con las siguientes modalidades:

- Tesis de grado
- Examen de grado
- Trabajo dirigido
- Proyecto de grado

Se adjunta los reglamentos respectivos.

- Grado Bachiller Superior en Ciencias de la Comunicación.
- Se alcanza al terminar los cuatro años de estudios sin otro requisito del vencimiento completo de las asignaturas correspondientes.

ADMISIÓN.-

Se mantiene el sistema de admisión común a toda la U.M.S.A., a través del curso preuniversitario organizado por la Facultad de Ciencias Sociales anualmente.

PROMOCIÓN.-

Se efectúa al vencimiento por materias, al alumno que alcanza un mínimo de 51 por ciento de la calificación total de la asignatura.

Se permite llevar un máximo de siete materias por año.

PERMANENCIA.-

No existe limitación en el tiempo de permanencia de los estudiantes en la Carrera.

MENCIONES.-

Los estudiantes en el cuarto año deben escoger una de las cuatro menciones establecidas, que tienen la finalidad de orientarlos a cierta especialización.

Las menciones, que se alcanzan en cursos anuales son:

- Planificación en políticas en comunicación
- Comunicación y educación alternativa y popular
- Producción audiovisual
- Periodismo

SEMINARIOS OPTATIVOS.-

Se establece la obligación de cursar cuatro seminarios en el tiempo que dura la Carrera de una estudiante. Estos sin embargo son escogidos de manera voluntaria de la lista siguiente:

- Comunicación oral
- Comunicación organizacional
- Opinión pública
- Fotografía
- Cine
- Nuevas tecnologías en comunicación
- Idioma optativo
- Idioma Aymara
- Idioma Quechua
- Idioma Inglés
- Idioma Francés
- Narrativa literaria

- Antropología boliviana
- Matemáticas
- Estadística
- Teoría de la ideología

RELACIÓN DE LAS ÁREAS DE FORMACIÓN

La relación de las áreas de formación se encuentra en el T.V.S. que es donde se ponen a prueba todas las teorías.

SECUENCIA DE ÁREAS Y CARGA HORARIA POR ÁREA

Todas las áreas se cursan de manera paralela y cuentan con materias que tienen una carga horaria de 32 hrs.

El T.V.S. se organizará de acuerdo al presupuesto asignado al mismo y, según este se establecerá su reglamento específico.

MALLA CÜRRICULAR

- Se adjunta la misma

PLAN DE ESTUDIOS

- Se adjunta

DESARROLLO CÜRRICULAR POR NIVEL Y GRADOS

NIVEL BÁSICO (PRIMER AÑO)

- Se trata, como indica su nombre de un ciclo anual introductorio a las diferentes áreas, con las materias de Economía Política, Procesos

históricos, Lenguaje, Introducción a la Investigación y Diseño y diagramación.

NIVEL FORMATIVO.-

- Está conformado por los tres años siguientes, que culmina con el grado de bachiller superior en ciencias de la comunicación, en el que se desarrolla un intenso proceso de enseñanza-aprendizaje en el ámbito de unión de teoría y práctica con el T.V.S.

NIVEL DE PROFESIONALIZACION.-

- De un año de duración, está destinado a la preparación de la graduación según una de las cuatro modalidades Señaladas anteriormente. Se reduce a la dedicación casi absoluta de la preparación de graduación, solo acompañada del trabajo del taller síntesis. La idea es que los estudiantes cuentan con el asesoramiento de docentes y que culminen sus cinco años de estudio graduándose simultáneamente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTROL

Tanto en el régimen docente como en el estudiantil, se respeta la reglamentación general vigente de evaluación.

INFRAESTRUCTURA

Se cuenta en lo académico con la siguiente infraestructura para cerca de 3.000 estudiantes. El pabellón E, en predios centrales; el aula libre en el monoblock central, el aula 01-08-01; las aulas 04-02-07 y 04-02-08 en el edificio antiguo; por las tardes el Colegio San Marcos; la sección de Talleres, con pequeños equipos de audiovisuales.

LABORATORIOS Y EQUIPOS

Tres aulas pequeñas en el piso cuatro del edificio del periódico «Hoy» y el taller de radio en el piso quinto del mismo edificio.

Para el taller de diagramación se cuenta con un departamento en la Calle Federico Zuazo, en el que se instalará las once computadoras McKintosh y las quince antiguas computadoras compatibles.

Recientemente se ha adquirido un equipo transmisor de radio para la creación de la emisora de la radio de la Carrera y una proyectora profesional de videos.

BIBLIOTECA.-

Se cuenta con la biblioteca de la facultad de Ciencias Sociales, en el piso VII del monoblock central.

TECNOLOGÍA EDUCATIVA

Asimismo, contamos con la sala de audiovisuales (aula libre), que permite el uso de videos para todo tipo de materias.

POLÍTICAS Y TABLA DE CONVALIDACIONES

Se acompaña la tabla de convalidaciones del Plan de Estudios semestral antiguo al nuevo plan anualizado.

VIGENCIA DEL PLAN DE ESTUDIOS

Indefinido.- Debe evaluarse al cabo de un año de vigencia.

TALLER SÍNTESIS

1. OBJETIVOS.

1.1. Colectivizar y socializar el proceso enseñanza aprendizaje a través de la modalidad del taller vertical.

1.2. Posibilitar la interrelación de la teoría y la práctica en problemas concretos de la realidad social.

1.3. Evitar la atomización del conocimiento, donde la implementación e instrumentación de las materias se desarrollan sin una relación definida y concreta.

2. DEFINICIONES.

2.1. Se denomina «Taller **Síntesis**» a la materia troncal del mapa curricular que posibilita la aplicación de la carga curricular implementada e instrumentada en las materias consideradas teóricas, en problemas concretos.

2.2. Se denomina «**Taller Vertical**»-a una modalidad del Taller Síntesis. Que está integrado por estudiantes de los niveles 2do ,3ro, y 4to que conforman grupos específicos y un docente guía.

2.3. Se denomina «**Taller Abierto**» a una modalidad temática del mismo que posibilita la flexibilidad del mismo a fin de atender el interés de-estudiantes y docentes para desarrollar temas diferentes.

2.4. Se denomina «**Taller Técnico**» a aquella materia que realiza prácticas instrumentales en aula, de carácter técnico, forma parte de área de formación integral, formación superior y seminarios.

2.5. Se denomina «**Materia Teórica**» a todas las unidades del área de formación integral, formación superior y seminarios.

3. LA CONFORMACIÓN DEL TALLER VERTICAL SÍNTESIS

3.1. El «**Taller Vertical Síntesis**», se conformará con 100 estudiantes, que deberán organizarse en grupos de trabajo integrado por estudiantes de distintos niveles (Por ejemplo, 3 de 4to, 3 de 3ro y 4 de 2do año respectivamente).

3.2. Al interior del «**Taller Síntesis**» se conformará una «Coordinadora de Taller», integrada por los responsables de grupo, estudiantes de los últimos niveles, quienes conjuntamente con el docente, serán los responsables del seguimiento del proceso académico.

3.3. El Taller definirá el tema a desarrollar en todas sus instancias en supervisión con la coordinadora académica de la carrera.

4. LAS LÍNEAS ACADÉMICAS DE LOS TALLERES.

4.1. Se definen como líneas académicas que seguirán los talleres a los medios comunicacionales de televisión, radio, prensa, además del taller libre cuya línea es flexible de acuerdo al interés de los estudiantes y docentes de los mismos.

4.2. Estas cuatro líneas funcionarán simultáneamente posibilitando al estudiante la libre elección, y garantizando así mismo la libertad de cátedra.

5. La supervisión Académica de «Taller Síntesis».

5.1. El «Taller Síntesis» estará normado académicamente por la coordinación académica, que regulará la adopción de temáticas y el desarrollo del mismo.

5.2. La evaluación del taller estará en base a una reglamentación especial.

5.3. La producción académica de los talleres será almacenada por la coordinada académica para la conformación de un banco de datos.

EL PROCESO ACADÉMICO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL U.M.S.A.

LA NUEVA EXPERIENCIA DEL TALLER SÍNTESIS

EL TALLER SÍNTESIS, producto de un esfuerzo del co-gobierno universitario nace como un Plan Alternativo académico de la Carrera, contemplando los aspectos que van desde la conceptualización de lo que se piensa debe constituir el proceso de enseñanza aprendizaje, referido a la profesión del Comunicador Social, los roles asignados a la teoría y la práctica. Orientado a la integración y articulación de las materias teóricas con el taller a fin de lograr un acercamiento a la realidad nacional.

El fin último de este nuevo Plan y dentro de éste sistema el Taller síntesis será la búsqueda permanente de la "creación colectiva del conocimiento", buscando una integración permanente entre teoría y práctica académica en base a los principios de organización, adecuamiento e implementación interdisciplinaria.

LA ESTRUCTURA DE LA CARRERA.-

Para comprender la nueva estructura de la carrera podemos intentar un desglose entre la teoría y la práctica.

La teoría está constituida por un conjunto de materias teóricas, es decir por la suma del conocimiento objeto de la instrumentación, dicho conocimiento está conformado por niveles y por cuatro áreas del conocimiento:

- FORMACIÓN DEL CIENTISTA SOCIAL
- TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN
- LENGUAJE Y PERIODISMO
- INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS

La práctica entendida como el conocimiento de la realidad para transformarla; la aplicación de éstas áreas del conocimiento se realizarían en el taller vertical "síntesis", en el proceso de formulación y de elaboración del producto final por temática anual, buscando respuestas a la problemática social actual.

OBJETIVOS DEL TALLER SÍNTESIS.-

El objetivo de la Instrumentación teórica en las Áreas del conocimiento y la práctica en el Taller, apuntan al conocimiento de la realidad y a la efectiva práctica profesional desde los diferentes medios con los que se cuentan.

Esto permitirá un manejo de objetivos específicos como ser:

- **Investigación.-** Buscando metodología científica para conocer la realidad
- **Instrumentación.-** Transmisión y evaluación del conocimiento
- **Elaboración** producción y propuesta.-En base a temáticas extractadas de la realidad
- **Extensión.-** Buscando canales para difundir el quehacer de la Carrera.

NIVELES DE APLICACIÓN DEL TALLER. –

Nivel básico.-

- Manejo teórico de las herramientas básicas (medios) que permitan elaborar el conocimiento universal
- Aplicación de los conocimientos globalizando éstos en el grupo vertical
- Relación de interdependencia entre el nivel, con los niveles superiores
- Aprendizaje de formas de organización, control y método grupal

Nivel intermedio.-

- Manejo teórico de las herramientas (medios) que permitan elaborar el conocimiento universal
- Aplicación de los conocimientos globalizando éstos en el grupo vertical
- Relación de interdependencia entre el nivel, con el nivel inferior y superior
- Aprendizaje de formas de organización, control y método grupal y de responsabilidades propias del nivel.

Nivel superior.-

- Manejo teórico de las herramientas (medios) que permitan elaborar el conocimiento universal.
- Aplicación de los conocimientos globalizando éstos, en el grupo vertical.
- Relación de interdependencia entre el nivel, con los niveles inferiores.
- Control y organización del grupo vertical, estableciendo responsabilidades propias a cada nivel y asumiendo roles propios.

PROGRAMA GENERAL DEL TALLER SÍNTESIS

- Investigación.-

Definición de un marco teórico de investigación

Definición de temáticas

Dimensionamiento de las temáticas

Relevamiento de la información

- Instrumentación.-

Componentes y relaciones

Evaluación con el escenario de referencia

Modelo normativo

- Elaboración, producción y propuesta.-

Modelo teórico

Alternativas en base a los medios

Producto final

- Extensión.-

Difusión y evaluación

Conclusiones y verificación

Preparación del próximo período

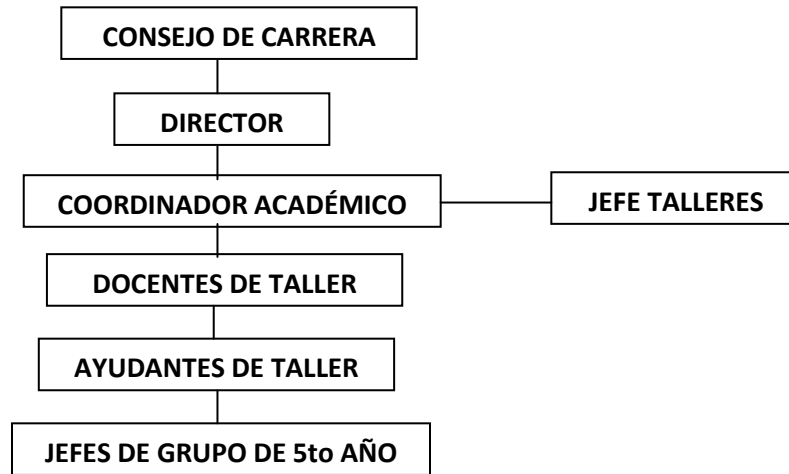
CRONOGRAMA POR PERIODOS ANUALES

FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INVESTIGACIÓN			INSTRUMENTACIÓN			PROPUESTA			EXTENSIÓN	

EL TALLER SÍNTESIS Y LA INTEGRACIÓN CON LOS MEDIOS.

Cada una de los talleres tendrá que establecer su cronograma de actividades a fin de planificar los períodos de apoyo de los docentes y los medios a cada taller; éste apoyo podrá efectivizarse mediante seminarios taller, facilitando el desenvolvimiento de la instrumentación.

EL TALLER SÍNTESIS Y EL ENTRONQUE CON LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA CARRERA



LA ESTRUCTURA DEL TALLER SÍNTESIS

La carrera de Comunicación ha tenido un crecimiento sostenido de su población estudiantil, si analizamos los cinco últimos años verificamos que se ha crecido en un 6.6% promedio. Si calculamos con ésta tendencia el futuro crecimiento para el año 1998, esperamos contar con 2.600 alumnos; la población estudiantil para el primer año es de 700 a 800 alumnos, lo que nos deja una población efectiva para el taller síntesis de 1.900 alumnos, si éstos se dividen en 100 alumnos por cada taller tenemos una demanda efectiva de alrededor de 20 talleres. Si estos talleres funcionaran en 3 turnos tendríamos una demanda de espacios para talleres de 7, con la capacidad ya mencionada.

La carga horaria básica estará programada por 90 horas mes, tiempo necesario para desarrollar a plenitud la práctica en las aulas del taller.

Las especialidades tendrán que desarrollarse buscando la conformación de equipos multidisciplinarios a fin de rescatar las potencialidades y vocaciones de los estudiantes para cada medio elegido, El estudiante podrá optar por uno o más medios durante la

instrumentación a fin de poder lograr un producto final acorde a las necesidades de la temática y de su vocación personal.

REGLAMENTO DE TESIS DE GRADO

REGLAMENTO DE TESIS DE GRADO

CAPITULO I.

DISPOSICIONES GENERALES DE LA NATURALEZA DEL PROYECTO DE GRADO

Art. 1. La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés establece la Tesis de Grado, como una de las modalidades para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

Art. 2. La Tesis de Grado es un trabajo de investigación, escrito referido al campo de la Comunicación Social y puede tener características teóricas, empíricas o teórico-empíricas y, en el plano epistémico y metodológico orientarse por el modelo que sean estos explicativos, descriptivos o comprensivos.

Art. 3. La Tesis podrá ser individual o colectiva. En el caso de ser colectiva estará sujeta a una reglamentación especial aprobada por el Consejo de Carrera.

CAPITULO II.

DEL PERFIL DE TESIS

Art. 4. El Perfil de Tesis será presentado a la Coordinación Académica. El postulante solicitará su aprobación adjuntando el informe del Tutor.

Art. 5. La Coordinación Académica, en el plazo de quince días, resolverá aprobando el perfil o haciendo observaciones y sugerencias.

Art. 6. El perfil de tesis deberá reunir, mínimamente, los siguientes aspectos:

- Título Provisional

- Justificación
- Estado de la cuestión y/o marco teórico
- Hipótesis
- Objetivos y alcances
- Fuentes de información
- Cronograma de actividades

Puede plantearse perfiles sin hipótesis abriendo posibilidades amplias y diversas de investigación.

Art. 7. Después de la aprobación del Perfil el postulante tiene un plazo de dieciocho meses para concluir la tesis. Si en este término hiciera el postulante modificaciones al perfil, deberá informar a la Coordinación. Cualquier petición sobre ampliación de plazo será resuelto por esta instancia.

Art. 8. Para ser Tutor de Tesis de Grado se requiere, indistintamente.

- a) Ser docentes del sistema universitario
- b) Ser profesional en las áreas humanísticas y sociales con Título en Provisión Nacional, no comprendidos en el Sistema Universitario.
- c) Los profesionales extranjeros pueden ejercer la labor de tutor, en casos excepcionales.

Art. 9. La Coordinación Académica, a petición del postulante, aprobará o desaprobará la propuesta sobre su tutor. En caso de desaprobación de tutor, el postulante tiene la posibilidad de sugerir otro o solicitar a la Carrera la designación de éste.

CAPÍTULO III

DE LA PRESENTACIÓN, SUSTENTACIÓN DE LA TESIS

Art. 10. El Informe de la Tesis, tendrá una extensión mínima de sesenta páginas, sin considerar anexos, escritas a doble espacio, en papel tamaño carta. En caso de Tesis Colectivas, el número de páginas se duplicará.

Art. 11. El postulante solicitará nombramiento de Jurado a la Coordinación Académica, adjuntando copia legalizada del Certificado de Egreso y tres ejemplares del documento de Tesis, con carácter provisional, para las observaciones correspondientes por los miembros del Jurado antes de la defensa. El jurado tiene un plazo de treinta días para la revisión y recomendaciones del caso.

Art. 12. La Coordinación en el plazo de quince días resolverá la petición de nombramiento de Tribunal y comunicará por escrito al postulante.

Art. 13. El tribunal estará conformado por el Director de Carrera o por el Coordinador Académico, quien preside el Jurado; dos docentes nombrados por la Coordinación, quienes actuarán como relatores. El tutor es parte del Jurado y en la calificación tiene derecho a voz.

Art. 14. El postulante podrá recusar el nombramiento de uno o más miembros del Jurado, en un plazo de tres días, luego de ser informado de la conformación del Tribunal. Se admitirá un máximo de dos recusaciones.

Art. 15. El postulante presentará 5 ejemplares del informe final de la Tesis a la Coordinación Académica. Paralelamente iniciará su trámite en la División de Gestiones para el señalamiento de día y hora para el Acto de Defensa.

Art. 16. Reunido el Jurado, el postulante expondrá el contenido de su Informe en un tiempo no menor de 30 minutos ni mayor a una hora posteriormente, el postulante absolverá las preguntas que se le formulen y aclara las

observaciones pertinentes al tema del Informe. Se aceptarán preguntas del público por escrito y a través del Presidente.

Art. 17. Durante la defensa del Informe, el tutor podrá realizar aclaraciones u observaciones cuando sea necesario, con autorización del Presidente.

CAPITULO IV. DE LA CALIFICACIÓN

Art. 18. Finalizada la defensa, el Tribunal pasará a deliberar inmediatamente en forma reservada, dejando constancia de su veredicto en un acta firmada. En caso de reprobación se fundamentará los motivos y se incluirán recomendaciones.

Art. 19. El postulante reprobado solicitará a la Coordinación Académica día y hora para una nueva defensa del Informe, en un plazo no mayor a tres meses de la reprobación y luego de haber realizado las modificaciones pertinentes a las recomendaciones dadas por el tribunal.

El jurado será el mismo de la ocasión anterior. Si el postulante no solicitara día y hora para la segunda sustentación en el plazo fijado se considerará reprobado por segunda vez.

Art. 20. El postulante que repruebe por segunda vez, deberá efectuar otro perfil con tutor e institución diferentes.

Art. 21. Los criterios de evaluación de la Tesis de Gradó son:

- | | |
|-----------------|---------|
| a) Presentación | O a 30% |
| b) Contenido | O a 40% |
| c) Defensa oral | O a 30% |

Art. 22. Para la decisión final de evaluación del postulante, luego de la sus tención del Informe el Tribunal se regirá por la siguiente escala:

Hasta 50 puntos	Reprobado
De 51 a 69 puntos	Aprobado
De 70 a 84 puntos	Bueno aprobado
De 85 a 99 puntos	Distinguido aprobado
100 puntos	Sobresaliente aprobado

En las actas finales no se considerará calificaciones con cifras decimales.

CAPÍTULO V.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art. 23. Los estudiantes que hubieran concluido sus materias antes de la aprobación del Plan de Estudios vigente a partir del 1er. Congreso Académico de la Carrera de Comunicación Social y deseen acogerse al presente reglamento se inscribirán en un módulo de-actualización metodológica y formulación de perfiles para la Tesis.

Art. 24. Cualquier situación no contemplada por el presente Reglamento, será resuelta por el Consejo de Carrera.

Art. 25. El presente Reglamento sólo podrá ser modificado, parcial o totalmente, en las instancias contempladas por las normas de la universidad.

REGLAMENTO DE TRABAJO DIRIGIDO

REGLAMENTO DE TRABAJO DIRIGIDO

CAPÍTULO I.

DISPOSICIONES GENERALES DE LA NATURALEZA DEL TRABAJO DIRIGIDO

Art. 1. La Carrera de Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés, establece el Trabajo Dirigido como una de las modalidades para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

Art. 2. El Trabajo Dirigido consiste en trabajos prácticos evaluados y supervisados en instituciones, empresas públicas o privadas encargadas de proyectar o implementar obras para lo cual y en base a un temario se proyecta, dirige o fiscaliza bajo la supervisión de un tutor; otro campo de acción será el de verificar las soluciones de problemas específicos, demostrando dominio del tema y capacidad para resolverlos. El Trabajo Dirigido también se relaciona con la elaboración de reportajes interpretativos, entrevistas en profundidad, crónicas varias, serie de artículos, ensayos periodísticos, entre otros/ros que deben ser inéditos. La forma y contenido (tema, fuentes, extensión, géneros periodísticos y medios) deben ser considerados y aprobados por la coordinación académica.

Art. 3. El Trabajo Dirigido podrá ser individual o colectivo. En caso de ser colectivo, estará sujeto a una reglamentación especial aprobada por el Consejo de Carrera.

CAPÍTULO II.

DISPOSICIONES ESPECÍFICAS PERFIL DEL TRABAJO DIRIGIDO

Art. 4. El Perfil de Trabajo Dirigido será presentado a la Coordinación Académica. El postulante solicitará su aprobación adjuntando el informe del Tutor y la aceptación de la institución en la que ejecutará su perfil.

Art. 5. La Coordinación Académica, en plazo de 15 días, resolverá aprobando el perfil o haciendo observaciones o sugerencias.

Art. 6. El perfil de Trabajo Dirigido deberá reunir, mínimamente, los siguientes aspectos:

- a) Título
- b) Fundamentación e importancia
- c) Metodología
- d) Objetivos alcances
- e) Cronograma de actividades

Art. 7. El Trabajo Dirigido se podrá realizar en:

- Organizaciones ligadas a la comunicación social del sector público o privado debidamente registradas.
- Organizaciones no gubernamentales con licencias de funcionamiento y registradas antes organismos competentes.
- Municipios, sindicatos, universidades y organismos religiosos.

Art. 8. Después de la aprobación del Perfil, el postulante tiene un plazo de doce meses para la realización del Trabajo Dirigido. Si en este término hiciera modificaciones al perfil, el postulante deberá informar a la Coordinación Académica. Cualquier petición sobre ampliación de plazo será resuelto por esta instancia.

Art. 9. Podrán ser tutores, indistintamente:

- Docentes universitarios
- Licenciados en Comunicación Social que no estén en ejercicio de la docencia.
- Profesionales extranjeros, en casos excepcionales.

Art. 10. La Coordinación Académica, a petición del postulante, aprobará o desaprobará la propuesta sobre su tutor. En caso de desaprobación de tutor, el postulante tiene la posibilidad de sugerir otro, o solicitar a la carrera la designación de éste.

CAPÍTULOS III:

DE LA PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE PROYECTO DE GRADO.

Art. 11. El informe del Trabajo Dirigido tendrá una extensión mínima de 50 páginas escritas a doble espacio, en papel tamaño carta sin considerar anexos.

Art. 12. El postulante solicitará nombramiento de Tribunal a la Coordinación Académica, adjuntando copia legalizada del Certificado de Egreso y tres ejemplares del informe, con carácter provisional, para las observaciones correspondientes por los miembros del Tribunal antes de la defensa. El Tribunal tiene un plazo de treinta días para la revisión y recomendaciones del caso.

Art. 13. La coordinación en el plazo de 15 días resolverá la petición de nombramiento de Tribunal y comunicará por escrito al postulante.

Art. 14. El tribunal estará conformado por el Director de Carrera o el Coordinador Académico, quien preside el Tribunal; dos docentes nombrados por la Coordinación quienes actuarán como relatores. El tutor es parte del Jurado y en la calificación tiene derecho a voz.

Art. 15. El postulante podrá recusar el nombramiento de uno o más miembros del tribunal, en un plazo de tres días, luego de ser informado de la conformación de éste. Se admitirá un máximo de dos recusaciones

Art. 16. El postulante presentará 5 ejemplares del Informe final del Trabajo Dirigido a la Coordinación Académica. Paralelamente iniciará su trámite en la División de Gestiones para el señalamiento de día y hora para el Acto de Defensa.

Art. 17. Reunido el jurado, el postulante expondrá el contenido de su informe en un tiempo no menor a 30 minutos ni mayor a una hora. Posteriormente absolverá las preguntas que se le formulen y aclarará las observaciones pertinentes al tema del informe. Se aceptarán preguntas del público por escrito y a través del Presidente.

Art. 18. Durante la defensa del informe, el tutor realizar aclaraciones u observaciones cuando sea necesario, con autorización del Presidente.

CAPÍTULO IV.

DE LA CALIFICACIÓN

Art. 19. Finalizada la defensa, el Tribunal pasará a deliberar inmediatamente en forma reservada, dejando constancia de su veredicto en un acta firmada. En caso de reprobación se fundamentará los motivos y se incluirán recomendaciones.

Art. 20. El postulante reprobado solicitará a la Coordinación Académica día y hora para una nueva defensa del informe, en un plazo no mayor a tres meses de la reprobación y luego de haber realizado las modificaciones pertinentes a las recomendaciones dadas por el tribunal. El jurado será el mismo de la ocasión

anterior. Si el postulante no solicitara día y hora para la segunda sustentación en el plazo fijado se considerará reprobado por segunda vez.

Art. 21. El postulante que repruebe por segunda vez, deberá efectuar otro perfil con tutor o institución diferentes.

Art. 22. Los criterios de evaluación del Trabajo Dirigido son:

- Presentación O a 30%
- Contenido O a 40%
- Defensa oral O a 30%

Art. 23. Para la decisión final de evaluación del postulante, luego de la sustanciación del Informe el Tribunal se regirá por la siguiente escala:

- Hasta 50 puntos Reprobado
- De 51 a 69 puntos Aprobado
- De 70 a 84 puntos Bueno Aprobado
- De 85 a 99 puntos Distinguido Aprobado
- 100 puntos Sobresaliente Aprobado

En las actas finales no se considerará calificaciones con cifras decimales.

CAPITULO V.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art. 24. Los estudiantes que hubieran concluido sus materias antes de la aprobación del Plan de Estudios vigente a partir del 1er. Congreso Académico de la Carrera de Comunicación Social, que deseen acogerse al presente reglamento se inscribirán en un módulo de actualización metodológica y formulación de perfiles para el Trabajo Dirigido.

Art. 25. Cualquier situación no contemplada por el presente Reglamento, será resuelta por el Consejo de Carrera.

Art. 26. El presente Reglamento sólo podrá ser modificado, parcial o totalmente en las instancias contempladas por las normas de la Universidad.

REGLAMENTO DE PROYECTO DE GRADO

REGLAMENTO DE PROYECTO DE GRADO

CAPÍTULO I.

DISPOSICIONES GENERALES DE LA NATURALEZA DEL PROYECTO DE GRADO

Art. 1. La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés establece el Proyecto de Grado, como una de las modalidades para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

Art. 2. El proyecto de Grado es el trabajo de investigación, programación y elaboración de diseños de proyectos de interés social y que cumple con las exigencias metodológicas científicas. Cuando la naturaleza del Proyecto de Grado lo permita, se tendrá en cuenta la prueba piloto.

Art. 3. El Proyecto de grado podrá ser individual o colectivo. El Proyecto de grado colectivo será reglamentado por la Coordinación Académica.

CAPÍTULO II.

DEL PERFIL DE PROYECTO DE GRADO

Art. 4. El perfil del Proyecto de Grado será presentado a la Coordinación Académica. El postulante solicitará su aprobación adjuntando el informe del tutor.

Art. 5. La Coordinación Académica en el plazo de 15 días resolverá aprobando el perfil o haciendo observaciones y sugerencias.

Art. 6. El perfil del Proyecto de Grado deberá reunir mínimamente, los siguientes aspectos:

- Título
- Fundamentación

- Descripción del problema o situación a resolver.
- Objetivos
- Metodología
- Cronograma de actividades
- Presupuesto

Art. 7. Después de la aprobación del perfil, el postulante tiene un plazo máximo de 18 meses para concluir el Proyecto. Si hubiera modificaciones al perfil, el postulante deberá informar a la Coordinación. Cualquier petición de ampliación de plazo será resuelta por esta instancia.

Art. 8. Para ser tutor de Proyecto de Grado se requiere, indistintamente:

- Ser docente del Sistema Universitario.
- Ser profesionales en las áreas humanísticas y sociales, con título en provisión nacional no comprendidos en el Sistema Universitario.
- Los profesionales extranjeros pueden ejercer la labor de tutores en casos excepcionales.

Art. 9. La Coordinación Académica a petición del postulante aprobará o desaprobará la propuesta sobre su tutor. En caso de desaprobación del tutor, el postulante tiene la posibilidad de sugerir otro o solicitar a la carrera la designación de este.

CAPÍTULO III.

DE LA PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE PROYECTO DE GRADO.

Art. 10. El informe del Proyecto de Grado tendrá una extensión mínima de 50 páginas, sin considerar anexos, escritos a doble espacio, en papel tamaño carta.

- Art. 11.** El postulante solicitará nombramiento de Jurado a la Coordinación, adjuntando copia del Certificado de Egreso y tres ejemplares del informe, con carácter provisional para las observaciones correspondientes por los miembros de Jurado antes de la defensa. El jurado tiene un plazo de 30 días para la revisión y recomendaciones del caso.
- Art. 12.** La Coordinación en el plazo de 15 días resolverá la petición de nombramiento de Tribunal y comunicará por escrito al postulante.
- Art. 13.** El Tribunal estará conformado por el Director de Carrera o por el Coordinador Académico, quién preside el Jurado; dos docentes nombrados por la Coordinación quienes actuarán como relatores. El tutor es parte del Jurado y en la calificación tiene derecho a voz.
- Art. 14.** El postulante podrá re-cursar el nombramiento de uno o más miembros del Jurado, en un plazo de tres días, luego de ser informado de la conformación del Tribunal. Se admitirá un máximo de dos recusaciones.
- Art. 15.** El postulante presentará 5 ejemplares del Informe del Proyecto de Grado a la Coordinación Académica. Paralelamente iniciará su trámite en Gestiones para el señalamiento del día y hora para el acto de defensa.
- Art. 16.** Reunido el Jurado, el postulante expondrá el contenido del informe por un tiempo no menor a 30 minutos ni mayor a una hora. Posteriormente, el postulante absolverá las preguntas que se le formulen y aclarará las observaciones pertinentes al tema del informe. Se aceptarán preguntas del público por escrito y a través del presidente.
- Art. 17.** Durante la defensa del Informe, el tutor podrá realizar aclaraciones u observaciones cuando sea necesario, con autorización del Presidente.

CAPÍTULO IV.

DE LA CALIFICACIÓN

Art. 18. Finalizada la defensa, el Tribunal pasará a deliberar inmediatamente en forma reservada, dejando constancia de su veredicto en un acta firmada. En caso de reprobación se fundamentará los motivos y se incluirán recomendaciones.

Art. 19. El postulante reprobado solicitará a la Coordinación Académica día y hora para una nueva defensa del informe en un plazo no mayor a tres meses de la reprobación y luego de haber realizado las modificaciones pertinentes a las recomendaciones dadas por el tribunal. El jurado será el mismo de la ocasión anterior. Si el postulante no solicita día y hora para la segunda sustentación en el plazo fijado, se considerará reprobado por segunda vez.

Art. 20. El postulante que repruebe por segunda vez deberá efectuar otro Proyecto con tutor y temática diferente.

Art. 21. Los criterios de evaluación del informe son:

- Presentación O a 30%
- Contenido O a 40%
- Defensa oral O a 30%

Art. 22. Para la decisión final de evaluación del postulante, luego de la sustentación del Proyecto de Grado, el jurado se regirá por la siguiente escala:

- Hasta 50 puntos Reprobado
- De 51 a 69 puntos Aprobado
- De 70 a 84 puntos Bueno Aprobado
- De 85 a 99 puntos Distinguido Aprobado

- 100 puntos

Sobresaliente Aprobado

En las actas finales no se considerará calificaciones con cifras decimales.

CAPÍTULO V.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art. 23. Los estudiantes que hubieran concluido sus materias antes de la aprobación del plan de estudios vigente a partir del 1er. Congreso Académico de la Carrera de Comunicación Social, que deseen acogerse al presente Reglamento se inscribirán en un módulo de actualización que los habilitará para optar el Proyecto de Grado.

Art. 24. Cualquier situación no contemplada en el presente reglamento será resuelta por el Consejo de Carrera.

Art. 25. El presente Reglamento sólo podrá ser modificado, parcial o totalmente, en las instancias contempladas por las normas de la Universidad.

REGLAMENTO DE EXAMEN DE GRADO

REGLAMENTO DE EXAMEN DE GRADO

CAPÍTULO I.

DISPOSICIONES GENERALES DE LA NATURALEZA DEL EXAMEN DE GRADO

Art. 1. La Carrera de Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés, establece el Examen de Grado como una de las modalidades para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

Art. 2. El Examen de Grado consiste en la valoración de la formación académica del estudiante a través de pruebas de exposición oral del conocimiento que adquirió en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

CAPÍTULO II.

DE LA CONVOCATORIA, POSTULACIÓN Y TRIBUNAL DEL EXAMEN DE GRADO.

Art. 3. La Coordinación Académica durante la gestión anual convocará dos períodos de Exámenes de Grado, indicando materias.

Art. 4. Los postulantes deberán inscribirse a la División de Gestiones 15 días antes de la fecha indicada en la Convocatoria para la realización del Examen, con los requisitos exigidos por la Universidad.

Art. 5. El postulante podrá elegir en el momento de inscribirse al examen de grado dos de las 4 áreas que comprende el Plan de Estudios: Facultad de Ciencias Sociales, Teoría de la Comunicación, Lenguaje y Periodismo o Investigación y Métodos.

Art. 6. Siete días antes de la realización del examen de grado, el postulante será convocado para el sorteo de la materia correspondiente a una de las 2 áreas elegidas al momento de inscribirse. Este acto, se llevará a cabo con el Coordinador Académico y un miembro del Jurado.

Art. 7. Se establecerán tribunales para cada área. El Tribunal se constituye por un Presidente y dos docentes. Todos tienen derecho a voz y voto.

CAPÍTULO III.

DEL EXAMEN DE GRADO Y LA CALIFICACIÓN

Art. 7. La duración de la prueba oral será de 60 minutos como máximo, sin interrupciones. Luego de la exposición el Jurado realizará las preguntas. Cualquier interrogante del público será por escrito y por intermedio del presidente.

Concluido el Examen, el Tribunal pasará a calificar al postulante para finalmente promediar y hacer conocer su veredicto, dejando constancia de tal hecho en el acta correspondiente.

Art. 8. La calificación se regirá por la siguiente escala:

- Hasta 50 puntos	Reprobado
- De 51 a 69 puntos	Aprobado
- De 70 a 84 puntos	Bueno Aprobado
- De 85 a 99 puntos	Distinguido Aprobado
-100 puntos	Sobresaliente Aprobado

Art. 9. En caso de reprobación, el postulante podrá presentarse a otra convocatoria. Una segunda reprobación lo inhabilitará definitivamente para optar la Licenciatura mediante esta modalidad. Podrá elegir otras modalidades.

CAPÍTULO IV.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art. 10. Los estudiantes que hubieran concluido sus materias antes de la aprobación del plan de estudios vigente a partir del I Congreso Académico de la Carrera de Comunicación Social, que deseen acogerse al presente Reglamento se inscribirán en un módulo de actualización que los habilitará para optar el Examen: de Grado.

Art 11. Cualquier situación no contemplada por el presente Reglamentó, será resuelta por el Consejo de Carrera.

Art. 12. El presente Reglamento sólo podrá ser modificado, parcial o totalmente, en las instancias contempladas por las normas de la Universidad.

CONTENIDOS MINIMOS

TABLA DE CONVALIDACIONES

PRIMER AÑO

ECONOMÍA POLÍTICA
PROCESOS HISTÓRICOS
TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COM. I.

LENGUAJE
INTROD. A LA INVESTIGACIÓN
DISEÑO G. Y DIAGRAMACIÓN

SEGUNDO AÑO

TEORÍAS SOCIOLOGICAS
TEORÍA Y PRÁCTICA COM. II

REDACCIÓN I.
EPISTEMOLOGÍA Y LÓGICA
LENGUAJE DE LA IMAGEN
TALLER DE SÍNTESIS

TERCER AÑO

LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN LA COM.
FORMACIÓN SOCIAL BOLIVIANA

INV DE LA REALIDAD COM. BOL.

REDACCIÓN II.
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

TALLER SÍNTESIS

CUARTO AÑO

PROCESOS Y TENDENCIAS
TEORÍA Y ANÁLISIS DE LOS
LENGUAJES.
REDACCIÓN III.
INVESTIGACIÓN EN LA COM.
TALLER DE SÍNTESIS
MENCION PLANF. Y POLIT.
DE LA. COM.
COM. y EDUC. POPULAR Y ALTERN.
PROD. AUDIOVISUALES

QUINTO AÑO

ELABORACIÓN PROYECTOS
TALLER SÍNTESIS

SEMESTRAL

ECONOMÍA POL. I-II.
HISTORIA. SOCIOPOLÍTICA I-II.
HISTORIA COM. Y TEORÍA
COMUNICACIÓN I.
LENGUAJE I-II.
INVEST. DOC. Y MATEMÁTICAS.
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

SEMESTRAL

SOCIOLOGÍA I-II.
TEORÍA DE LA COM.II Y TEO. DE LA
INFORMACIÓN.
REDACCIÓN I-II.
LÓGICA Y MÉTODOS I.
LENGUAJE DE LA IMAGEN
MEDIOS II. (Radio) TRANSITORIO.

SEMESTRAL

PROC. CULT. Y LEGIS. COM. BOL.
FORMACIÓN SOCIAL BOLIVIANA
I-II.
SOCIOLOGÍA DE COM. Y REALIDAD
COM. BOLIVIANA.
MEDIOS I. (Prensa)
ESTADÍSTICA Y MÉTODOS II.
PSICOLOGÍA COM Y PUB. Y
PROPAGANDA.
MEDIOS III. (Cine) (TRANSITORIO)

SEMESTRAL

POLÍTICAS ACTUALES NINGUNA

LINGÜÍSTICA Y SEMIOLOGÍA.
MEDIOS VI. (Prensa) ESP.
MEDIOS VI. (Invest). ESP.
MEDIOS IV- TV-TRANSITORIO

POLIT. Y PLANIF. Y OP.PUB.
COM Y EDUC. Y MINIMEDIOS.
MEDIOS VI. ESP. (Audiovisuales).

SEMESTRAL

SEMINARIOS

COMUNICACIÓN ORAL
COM. ORGANIZACIONAL
OPINIÓN PÚBLICA
FOTOGRAFÍA
CINE
NUEVAS TECNOLOGÍAS
EN COMUNICACIÓN
IDIOMA OPTATIVO
AYMARA
QUECHUA
INGLÉS
FRANCÉS
NARRATIVA LITERARIA
ANTROP. BOLIVIANA
MATEMÁTICAS
ESTADÍSTICA
TEORÍA DE LAS IDEOLOGÍAS

SEMINARIO DE COMUNICACIÓN ORAL
RELACIONES PÚBLICAS
OPINIÓN PÚBLICA
FOTOGRAFÍA

INFORMÁTICA

AYMARA
QUECHUA

LINGÜÍSTICA
PROCESOS CULTURALES
MATEMÁTICAS 99
ESTADÍSTICA

CONTENIDOS MÍNIMOS

PRIMER AÑO

ECONOMÍA POLÍTICA

Economía política y teoría económica: objeto y método. Conceptos fundamentales: relaciones de producción y fuerzas productivas. Modos de producción: primitivo, esclavista, asiático, feudal, capitalista, imperialista y socialista. Teoría del valor: clásica, marxista y subjetiva. Teoría de la plusvalía. Acumulación. Proceso de circulación del capital, Teoría de la ganancia. Transformación del valor en precio. Esquemas de producción de capital: simple y ampliada. Doctrinas económicas, economía y política. Economía y comunicación. Economía de los medios de difusión. Introducción al análisis económico. El equilibrio estático, Cuentas nacionales. Equilibrio Keynesiano.

PROCESOS HISTÓRICOS

Orígenes de modo de producción feudal y desarrollo económico, social e ideológico en la Europa medieval. La formación de los Burgos. Papel del comercio en la decadencia del feudalismo. Las Cruzadas. Los grandes descubrimientos geográficos y el desarrollo del modo de producción capitalista. Procesos económico-sociales en las formaciones burguesas. Formaciones coloniales en América Latina. Modos de producción en América, Latina. La Revolución Industrial inglesa y la formación del proletariado. Independencia y la formación de los Estados, latinoamericanos. Las luchas de clases en Europa del siglo XIX, economía política e ideología. Las internacionales obreras. La Segunda Revolución Industrial y la Revolución Rusa. Los fascismos. Las guerras mundiales. Populismo en América Latina. La guerra fría. La Revolución Cubana. Crisis del modelo socialista soviético. La caída del Muro de Berlín. Neoliberalismo: situación actual de unipolaridad del mundo. ¿Fin de la historia?.

TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN I.

Historia y comunicación social, Sociedad primitiva, Sistemas comunicacionales. Relaciones sociales de comunicación. Comunicación y esclavismo. El imperio incaico. Sistema comunicacional colonial. Lenguaje escrito. Imprenta. Periodismo. Comunicación y sociedad capitalista republicana. Revolución industrial. Avances tecnológicos. Medios de comunicación en el mundo. América Latina y Bolivia. La comunicación en la sociedad contemporánea. Imperialismo y medios de difusión. Tecnología, cultura y comunicación. Panorama comunicacional boliviano. Balance y estado de la cuestión comunicacional. Comunicación y sociedad. Reflexión epistemológica sobre el carácter de la comunicación. Características de la disciplina. Determinaciones y contradicciones. Planteamiento del problema. El contenido social de la comunicación. La comunicación y los medios de difusión.

LENGUAJE

Lenguaje, sociedad y comunicación. Aspectos gramaticales. Morfología y ortografía. Tratamiento de problemas generalizados. Sintaxis: estructura de la oración, oración simple y compuesta, Problemas más frecuentes: concordancia, coherencia, estructuración, otros. Lectura interpretativa y crítica. Redacción: general y periodística. Títulos: diferentes clases. El párrafo. El resumen: resumen clásico, la síntesis, el esquema y otros. Descripción y relato, su aplicación en el periodismo.

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Características y diferencias entre el conocimiento científico y el conocimiento no científico. El método científico: Reglas fundamentales del método; estrategias y tácticas de la investigación. Técnicas de estudio: Lectura crítica; la idea central, las ideas secundarias; el subrayado; técnicas de resúmenes y de síntesis; La escritura, sintaxis y gramática. Estructura de la escritura: el párrafo, la oración, la palabra. Fichaje: estructura y función de las fichas. El documento, la investigación documental; clases de documentos. El informe, plan del informe de la investigación.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Diseño y comunicación visual. Clasificación del diseño. Anatomía del mensaje visual: representación, simbolismo, abstracción. Estilo visual: la alfabetidad visual. Equipo de diseño. Elementos para una historia del diseño gráfico. Percepción y comunicación visual. Equilibrio, tensión nivelación, aguzamiento, atracción y agrupamiento. Leyes de la forma. La matriz del diseño gráfico: estética, mercancía, diseño. La forma: orgánica, geométrica. Errores de percepción, fugas visuales. Relaciones de forma: su mantenimiento, construcción e interés estético. Forma y estructura del espacio: soporte, elementos básicos de la comunicación visual. El punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, escala, dimensión, movimiento. El campo visual: contraste, armonía, tensión, equilibrio, ritmo y movimiento. Modelación del espacio bidimensional: módulos base, macro y micro módulos. Técnicas visuales, variables. El papel, sistemas de normalización en formatos, texturas. El texto, la letrografía, factores de legibilidad tipográfica, familia y caracteres. Longitud de línea, el punto, sistemas de medición tipográfica. La ilustración. Técnicas de diseño, lápiz, pluma, tinta, gouche, computadora. Procedimientos de reproducción e impresión. Elementos para una historia del arte. Procedimiento de diseño, variables. Planificación del diseño gráfico, identificación de elementos de proyección, disponibilidad tecnológica y económica, creatividad y síntesis, bocetos, modelos y selección de técnicas visuales. Prototipo final.

Imagen y comunicación, el proceso de la comunicación. Diagramación y composición. El verbo icónico, relaciones.

El periódico, estructura, relación icónico-verbal, simbología. Variables de composición y formato tabloide, standard. El plano tipográfico, estructura y señalización. La revista, estructuras, formatos y estilos. El espacio blanco, sistema ISO de normalización. El texto, estructuras, clasificación de caracteres y familias. El tipómetro, su utilización. La composición textual: manual, mecánica y electrónica. Normas de legibilidad, edades cronológicas. Cálculo de texto y espacio para impresoras gráficas. Reducción y ampliación de imágenes. Imposición de páginas y encuadernación. Producción gráfica, técnicas: tipografía, litográficas, offseet y huecograbado.

SEGUNDO AÑO

TEORÍAS SOCIOLOGICAS

Filosofía social. Constitución de las ciencias sociales. Constitución de la Sociología. Evolucionismo. Positivismo. El individualismo spenceriano. Social darwinismo. La Teoría marxista y la lucha de clases. Max Weber y la Teoría de la acción social. Durkheim y la Teoría de la integración social. Parsons y Merton y la teoría del estructural-funcionalismo. Interaccionismo simbólico. Etnometodología. Teoría crítica. La teoría del conflicto social. Teoría de sistemas. La comunicación social como hecho social. La lectura sociológica de los procesos comunicacionales. Lenguaje, comunicación, sociedad y cultura. El carácter de clase de la comunicación y las relaciones sociales.

TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN II

Precedentes. Análisis norteamericano sobre cultura y comunicación de masas. Aporte europeo: Marx y Freud, los precursores. Teoría de la unidimensionalidad. Los continuadores de la Escuela de Frankfurt. El estructuralismo y la teoría de la comunicación. Levi Straus, Barthe, Lacan, Foucault, Boudrillard, Althusser. Semiología y semántica. Signo y significado. Lingüística. Semántica. Semiología. Semiótica. Categorías de signos. Códigos y sistemas. Campos semánticos. Ideología y semántica.

Aporte teórico latinoamericano. Antecedentes. Informe Mac Bride. Políticas y comunicación. Comunicación alternativa y comunicación popular. Aporte boliviano a la teoría de la comunicación. Situación actual. Balance y perspectivas.

Información y comunicación, sobre la existencia de una ciencia de la información. Información y comunicación. Informática, cibernética, robótica, telemática, desarrollo de las comunicaciones. Nuevas tecnología para prensa, radio, televisión, video, tecnología, nuevos medios de comunicación y educación. Nuevas tendencias.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA I.

(Géneros periodísticos informativos).

¿Qué es redactar?. Los géneros periodísticos informativos. Estilo periodístico. Fuentes informativas. Subgéneros: noticia clásica, noticia popular, suelto, refrito, cronología, informe

cronológico, entrevista periodística (informativa, opinativa, semblanza o biográfica), reportaje informativo, nota de redacción informativa, infograma, gráficos. Redacción de géneros informativos para prensa, radio y televisión.

EPISTEMOLOGÍA Y LÓGICA

Introducción a los problemas generales de la filosofía. Empirismo (sensualismo). Racionalismo. Fenomenología. Posivismo (en sus tres variantes). Pragmatismo.

Estructuralismo. Funcionalismo. Estructural-funcionalismo. Geneológico y Arqueológico de Michel Foucault. Funcionalismo-estructural o teoría de sistemas de Niklas Luhmann. Materialismo dialéctico e histórico.

Exposición, análisis y discusión de las siguientes Tesis: «El conocimiento está determinado por el nivel de desarrollo de las fuerzas productivas». «El conocimiento es reflejo de la realidad objetiva». «El conocimiento científico es la forma superior de Isaber humano».

El pensamiento como objeto de estudio de la lógica. El pensamiento desde las categorías de estructura y función. El pensamiento como un sistema de funciones. Las categorías del pensamiento. El sistema de categorías: problemas de su sistematización. Fenómeno y esencia. Forma y contenido. Necesidad y casualidad. Lo universal, lo particular y lo singular. El todo, la parte y el sistema. Lo abstracto y lo concreto. Otras categorías.

Las formas lógicas del pensamiento. Estructura de las formas lógicas del pensamiento. Teoría del juicio: estructura formal del juicio, clases de juicios (según la cantidad, la cualidad, la relación y la modalidad, operaciones con juicios). Teoría del concepto: palabra, término y concepto, clases de conceptos (funciones y objetivos).

La abstracción como método para formar conceptos. Contenido y extensión de los conceptos. La definición: clases de definiciones. Importancia de la definición para suscitar significados. Teoría del razonamiento: estructura formal del razonamiento. Clases de razonamientos (inmediatos y mediatos). El silogismo: figuras y modos. Otros tipos de razonamiento (la inducción y la transducción. Las falacias, sofismas y paralogismos.

LENGUAJE DE LA IMAGEN

El proceso de la comunicación. Tipología del lenguaje. El lector de la imagen: definición y naturaleza."El lenguaje contextual. El arte plástico y las deformaciones. La imagen informativa. Niveles de producción de lenguaje icónico. Elementos básicos de la imagen. Unidades de contenido visual. Técnicas visuales, selección de planos, paradigmas. Factores técnicos, deformaciones. La imagen figurativa, clasificación. Organización de composición figurativa. Lectura crítica de la imagen. Soportes animados, actos de mensajes. Figuras retóricas. Lenguaje: verbo icónico. La fotonovela, datos históricos. El cartel. Lenguaje visual y verbal en secuencia. La imagen en movimiento.

TERCER AÑO

LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN COMUNICACIÓN

Conceptos básicos de Derecho. Derecho a la información y a la comunicación. Libertad de expresión y responsabilidad de los medios de difusión. Secreto profesional o el derecho de los comunicadores a guardar reserva de la fuente, informativa. Legislación nacional e internacional sobre comunicación social. Ley de Imprenta del 19 de enero de 1925. El Decreto-Ley del 19 de septiembre de 1951. Reglamento de telecomunicaciones. Estatuto Orgánico del Periodista en Bolivia. Códigos de Ética Periodística. Reglamento de Televisión. Ley de los Derechos de Autor. «Ley del Cine». Una nueva ley de medios de difusión. Legislación de las empresas transnacionales de comunicación. Normas sobre satélites, correo electrónico, Internet. La legislación boliviana en la realidad: omisiones, transgresiones

FORMACIÓN SOCIAL BOLIVIANA

El concepto de formación social. Orígenes de las formaciones sociales bolivianas en Los Andes y las llanuras. La comunidad primitiva. Nomadismo y sedentarismo: el ayllu andino. Formación de las clases y el Estado en Los Andes. Tiahuanacu. El Incario y su modo de producción. Formación Social Colonial: el Virreinato de Lima y la Audiencia de Charcas. Crisis de la dominación hispana. Los grandes levantamientos indígenas: Tupac Amaru, Tupac Katari.

La independencia. Formación Social Boliviana al comienzo de la vida independiente. De la semiautarquía a la reincorporación al mercado internacional. La reincorporación de la economía Boliviana al mercado capitalista internacional: la plata. Transformaciones sociales, políticas e ideológicas.

Modelo de acumulación oligárquico. De la Guerra del Chaco a la revolución democrático burguesa de 1952. La era del nacionalismo. Las fases del nacionalismo. Final de la era nacionalista y comienzos de la época neoliberal, características generales: las clases sociales boliviana en el proceso, la etnias.

INVESTIGACIÓN DE LA REALIDAD COMUNICACIONAL BOLIVIANA

Características de los procesos sociales y comunicacionales en Bolivia. Diagnóstico de la Comunicación en Bolivia. Estructura comunicacional boliviana. Comunicación dominante, comunicación popular. Organización y estructura de los medios masivos de difusión. Comunicación intercultural; Formas y relaciones de comunicación en las culturas aymara, quechua y de los pueblos indígenas de las tierras bajas bolivianas. Estado, diagnóstico y situación actual de la prensa. Diagnóstico y situación actual y perspectivas de la radiodifusión en Bolivia. La televisión en Bolivia: diagnóstico, situación y perspectivas. El video nacional. El cine en Bolivia; situación, balance y perspectivas. La comunicación popular y alternativa, experiencias, nuevos rumbos, tecnología; micro, mega y macro medios.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA II.

(Géneros periodísticos opinativos).

¿Qué son los géneros periodísticos opinativos? La opinión, Estilo periodístico de estos. Subgéneros: Artículo, crónica, testimonio, columna, crítica, comentario, reseña, editorial. Redacción de géneros opinativos para prensa, radio, y T.V.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Definición de investigación científica. Método y Metodología. Reglas del método científico. Las técnicas de investigación. Estrategias investigativas. El proyecto de Investigación.

Planteamiento de la hipótesis. Operacionalización de las variables. Lógica. Lógica de la Investigación: El problema. La hipótesis. Campo temático, delimitación del objeto, puentes. Lógica de la exposición: justificación, objetivos, marco teórico, estructura, observación, formulación de hipótesis,(hipótesis teórica, empírica, auxiliares), métodos y técnicas.

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

La publicidad, procesos históricos, textos, contextos. Periodismo y relaciones públicas. Publicidad y propaganda. El anuncio: prehistoria e historia. La comunicación persuasiva publicitaria. La publicidad comercial. El texto publicitario, estructura, metalenguaje publicitario, aproximación sociológica. La investigación en publicidad, teorías. Los modelo publicitarios principios de marketing, leyes y aplicación. La mezcla de mercado-marketing mix. La espiral publicitaria. El proceso consumidor - trilogías. El perfil del consumidor, TARJET CROUP. Las empresas y los mercados. Las agencias publicitarias, organización y tipologías. Los productos y servicios, categorización y variables. La publicidad y los medios, Problemática creativa, técnicas. La publicidad exterior, móvil y en punto de venta. Soportes atípicos, variables. La campaña publicitaria, diseño y planificación. La propaganda política, conceptos y proceso histórico. Reglas de la propaganda, Reglas de contra propaganda. Propaganda de tipo hitleriano. Propaganda de tipo marxista leninista. La propaganda política en Bolivia. Propaganda contemporánea. El mito, la mentira y los hechos en la propaganda. Diseño y planeación de campañas propagandísticas.

CUARTO AÑO

PROCESOS Y TENDENCIAS POLÍTICAS CONTEMPORANEAS

Globalización y bloques regionales. La inserción de Bolivia a La economía global. La relación de Bolivia con los organismos económicos internacionales. El proceso de privatización internacional y la capitalización de las empresas públicas bolivianas. Las reformas estructurales y apertura de la Economía Nacional. La Constitución del nuevo orden mundial. De la guerra fría a la unipolaridad. La lectura política del contexto internacional de las potencias mundiales. Los conflictos de baja intensidad en América Latina y Solivia. La democracia en Bolivia, características. La gobernabilidad y la estabilidad política en Bolivia. Movimientos sociales y escenarios de conflicto social. Las clases sociales en la Bolivia actual, sus características.

El nuevo orden mundial de la información, de la comunicación y las nuevas tecnologías. Los nuevos temas de la agenda boliviana: medio ambiente y ecología, problemática étnica y nacional, narcotráfico y lucha antiterrorista, género, la implementación de las leyes de reforma estructural y la revolución silenciosa.

TEORÍA Y ANÁLISIS DE LOS LENGUAJES

El impacto de los medios de comunicación en la sociedad. El acto de la comunicación. Elementos de comunicación. El Lenguaje, elementos, texto y discurso. Tipos de texto, El relato: sintagma, paradigma. Análisis de las fases de un relato. Los aportes de la lingüística. El análisis de contenido. La semiótica. El discurso. El discurso político. Tipología del discurso político. Contribuciones de la sociolingüística al estudio del discurso político. Orientaciones actuales sobre el análisis del discurso político. La semiosis social. Semanálisis. Otras tendencias de la semiótica. Análisis del mito. Análisis de artículos de prensa. El lenguaje icónico, Elementos básicos de la imagen. Análisis semántico de la publicidad. Los mensajes subliminales. Análisis del mensaje televisivo. Imagen y estereotipos. La telenovela. La fotonovela, los dibujos animados, los cómicos, el cartel.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA III.

(Géneros periodísticos interpretativos).

Formas y contenido de los géneros periodísticos interpretativos. Subgéneros: Análisis perfil, ensayo periodístico, reportaje interpretativo, redacción de géneros interpretativos para prensa, radio y televisión.

INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN.

La posibilidad del conocimiento científico de los fenómenos comunicacionales. El objeto de estudio de la Comunicación. El papel de las teorías sociales y comunicacionales en el estudio de la comunicación. La necesidad de la interdisciplinariedad. Los enfoques teórico-metodológicos para investigar la Comunicación: funcionalismo, materialismo histórico, estructuralismo, sistemismo. Las tendencias internacionales y latinoamericanas en el estudio de la comunicación.

Las técnicas para la investigación de la Comunicación: tradicionales, funcionalistas, estructuralistas y críticas. El proceso de investigación de la Comunicación. La formulación de proyectos de investigación en Comunicación.

MENCIONES (Los alumnos deben elegir, en 4to. curso, una de las siguientes materias).

PLANIFICACIÓN DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN.

Enfoque sobre planificación de la comunicación. Enfoque de proceso: Sistemático, tecnológico culturista, otros acercamientos recientes. Modalidades de planificación en Comunicación. Relación planificación y políticas de comunicación. Supuestos y cuestionamientos. Viabilidad e inviabilidad de las políticas nacionales de comunicación. Políticas nacionales de comunicación y democracia. Políticas nacionales de comunicación, globalización y estado. Políticas nacionales de comunicación, globalización y Estado. Políticas nacionales de comunicación y nuevos actores sociales, Sistemas de comunicación, transnacionalización y localización. Dimensión territorial y sectorial en las políticas de comunicación. Instrumentos de la planificación, política y estrategia, plan. Experiencias: IN-ACODE, REFORMAS ESTRUCTURALES (1993 -1997). Situación y tendencias actuales de las políticas nacionales de comunicación.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN POPULAR Y ALTERNATIVA

Marco teórico de la comunicación alternativa y la comunicación popular, relación política e ideológica. Contexto histórico y filosófico. Características proceso y metodología. La participación popular. El rol de promotor o animador popular. Medios masivos y mini medios. Experiencias de Comunicación Popular en América Latina. Experiencias de Comunicación Popular en Bolivia: prensa popular, radio emisoras mineras, radios comunitarias, video popular, teatro popular, radio bocinas, técnicas y recursos en comunicación popular y comunicación alternativa, medios impresos: prensa popular, volantes, mural de información periódico mural, boletín informativo, periódico popular informativo. Técnicas de impresión: Mimeógrafo casero, afiches, carteles, rotafolios, lienzos, fotolenguaje. Audiovisuales caseros. Radio popular: noticiero popular, revista educativa, sociodrama. Discodrama. Disco-cassette debate.

Radio vecinas. Teatro popular, títeres. Campañas y festivales educativos. Video educativo. Nuevas tecnologías y comunicación popular. Estado actual de la cuestión. Balance y perspectivas.

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Repaso de conceptos de Lenguaje de la Imagen. Introducción al Código Audiovisual: sonomontaje, la importancia del sonido, tipos de sonido. Semiótica Audiovisual. Las etapas en la producción audiovisual: pre-producción, producción, post-producción. La creatividad en la producción audiovisual. El guion, teoría y práctica. Géneros y subgéneros audiovisuales: Tv, vine, video. Los medios audiovisuales, del cine mudo hasta los multimedia; Lectura audiovisual, las formas y los contenidos: análisis metodológico de la imagen fija y en movimiento.

PERIODISMO

Comunicación e información. Disseminación, divulgación y difusión. Subinformación y desinformación. La información periodística. La cuestión de la «objetividad». El sensacionalismo. El periodismo en la sociedad. El periodista como intelectual. Tipos de periodismo. Fuentes y medios de información. La relación el enjuiciamiento y la explicación de los hechos. Los periodistas. Políticas, editorial e informativa. El periodismo y las nuevas tecnologías de la comunicación. Redacción de géneros informativos, opinativos e interpretativos. Aspectos sobresalientes del periodismo boliviano.

QUINTO AÑO

Cada estudiante elegirá, para su titulación, la redacción de una tesis, un proyecto de grado, trabajos guiados, o examen de grado. Además, realizará un año de taller.

NOTA: Los contenidos de talleres y seminarios siguen en revisión. Además, para aquéllos se requiere una reglamentación especial.

LISTA ANUAL DE ASIGNATURAS

Los estudiantes podrán llevar seis materias por año.

Sin embargo, aquellos que tengan reprobaciones, tendrán derecho a llevar una asignatura de arrastre, totalizando en este caso, hasta siete materias en el año.

Durante el transcurso de sus estudios es obligatorio llevar un total de cuatro seminarios optativos.

PRIMER AÑO

ECONOMÍA POLÍTICA
PROCESOS HISTÓRICOS
TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COM. I.
LENGUAJE
INTROD. A LA INVESTIGACIÓN
DISEÑO G. Y diagramación

SEGUNDO AÑO

TEORÍAS SOCIOLOGICAS
TEORÍA Y PRACTICA COM. II.
REDACCIÓN I.
EPISTEMOLOGÍA Y LÓGICA
LENGUAJE DE LA IMAGEN
TALLER DE SÍNTESIS

TERCER AÑO

LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN LA COM.
FORMACIÓN SOCIAL BOLIVIANA
INV. DE LA REALIDAD COM. BOL.
REDACCIÓN II.
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
TALLER SÍNTESIS

CUARTO AÑO

PROCESOS Y TENDENCIAS POLÍTICAS ACTUALES
TEORÍA Y ANÁLISIS DE LOS LENGUAJES.
REDACCIÓN III
INVESTIGACIÓN EN LA COM.
TALLER DE SÍNTESIS

MENCIÓN

PLANIF. Y POLIT. DE LA COM.
COM. y EDUC. POPULAR Y ALTERN.
PROD. AUDIOVISUALES

QUINTO AÑO

ELABORACIÓN PROYECTOS
TALLER SÍNTESIS

SEMINARIOS

COMUNICACIÓN ORAL

COM. ORGANIZACIONAL

OPINIÓN PÚBLICA

FOTOGRAFÍA

CINE

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN

IDIOMA OPTATIVO

AYMARA

QUECHUA

INGLÉS

FRANCÉS

NARRATIVA LITERARIA

ANTROP. BOLIVIANA

MATEMÁTICAS

ESTADÍSTICA

TEORÍA DE LAS IDEOLOGÍAS

MAPA CURRICULAR

Año	FORMACIÓN DEL CIENTISTA SOCIAL	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN	LENGUAJE Y PERIODISMO	INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS	TÉCNICAS BÁSICAS	TALLER VERTICAL SÍNTESIS	MENCIONES	SEMINARIOS OPTATIVOS (4 de vencimiento obligatorio)																																				
5				Elaboración y desarrollo de proyectos (según modalidad de graduación)		Tv Prensa Radio Audio		-Comunicación Oral -Comunicación Organizacional -Opinión Pública -Fotografía -Cine -Nuevas Tecnologías en Comunicación -Idioma Operativo																																				
BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL																																												
4	PROCESOS Y TENDENCIAS POLÍTICAS CONTEMPORÁNEAS	TEORÍA Y ANÁLISIS DE LOS LENGUAJES	REDACCIÓN III GÉNEROS INTERPRETATIVOS	INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN		Tv Prensa Radio Audio	<table border="1"> <tr> <td>Multi-media</td> <td>Comunicación</td> <td>Producción</td> <td>Periodismo</td> </tr> <tr> <td>de p-</td> <td>ca-</td> <td>ción</td> <td>ma-</td> </tr> <tr> <td>litas</td> <td>ca-</td> <td>ma-</td> <td>ma-</td> </tr> <tr> <td>de</td> <td>ca-</td> <td>ma-</td> <td>ma-</td> </tr> <tr> <td>litas</td> <td>ca-</td> <td>ma-</td> <td>ma-</td> </tr> <tr> <td>de</td> <td>ca-</td> <td>ma-</td> <td>ma-</td> </tr> <tr> <td>litas</td> <td>ca-</td> <td>ma-</td> <td>ma-</td> </tr> <tr> <td>de</td> <td>ca-</td> <td>ma-</td> <td>ma-</td> </tr> <tr> <td>litas</td> <td>ca-</td> <td>ma-</td> <td>ma-</td> </tr> </table>	Multi-media	Comunicación	Producción	Periodismo	de p-	ca-	ción	ma-	litas	ca-	ma-	ma-	de	ca-	ma-	ma-	litas	ca-	ma-	ma-	de	ca-	ma-	ma-	litas	ca-	ma-	ma-	de	ca-	ma-	ma-	litas	ca-	ma-	ma-	-Cine -Nuevas Tecnologías en Comunicación -Idioma Operativo
Multi-media	Comunicación	Producción	Periodismo																																									
de p-	ca-	ción	ma-																																									
litas	ca-	ma-	ma-																																									
de	ca-	ma-	ma-																																									
litas	ca-	ma-	ma-																																									
de	ca-	ma-	ma-																																									
litas	ca-	ma-	ma-																																									
de	ca-	ma-	ma-																																									
litas	ca-	ma-	ma-																																									
3	LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN COMUNICACIÓN SOCIAL BOLIVIANA	INVESTIGACIÓN DE LA REALIDAD COMUNICACIONAL BOLIVIANA	REDACCIÓN II GÉNEROS OPINATIVOS	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	Tv Prensa Radio Audio		-Aymara -Quechua -Inglés -Francés -Narrativa Literaria																																				
2	TEORÍAS SOCIOLOGICAS	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN II	REDACCIÓN I GÉNEROS INFORMATIVOS	EPISMILOGÍA Y LÓGICA	LENGUAJE DE LA IMAGEN	Tv Prensa Radio Audio		-Antropología Boliviana -Matemáticas -Estadística -Teoría de la ideología																																				
1	FORMACIÓN EN POLÍTICA	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN I	LENGUAJE	INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	DISEÑO Y DIFERENCIACIÓN																																							