

La Formación del Comunicador y del Gestor en Comunicación y Cultura

Dr. Luiz Roberto Alves
USP- São Paulo

A. En los años 60 y 70, teniendo por contexto las teorías de la dependencia de América Latina y por evidencia el rápido crecimiento de las tecnologías de comunicación, los investigadores de comunicación fueron estimulados a pensar políticas globales, capaces de demostrar las tendencias del pensamiento de los de acción de las sociedades, así como las reacciones de sus poblaciones, especialmente los segmentos culturales populares. En seguida, en los años 80, los propios procesos tecnológicos con tendencia globalizante se encargaron de hacer explotar el horizonte de los investigadores, que buscaron entender los diversos segmentos de los nuevos procesos de cambio (emisión, recepción, contexto, canales, lenguajes) y sus influencias profundas sobre la vida social. En los últimos años, la evidencia de las contradicciones de la sociedad ampliadora de la globalización (que conocemos desde el tiempo anterior a la primera guerra mundial) y la consideración de las culturas regionales, sugiere

con urgencia el estudio de políticas sociales, ahora pluralizadas, porque interesa de sobremanera conocer como planeamos, implementamos, evaluamos y repropoñemos programas de trabajo, de investigación, de enseñanza y acción cultural, a fin de que no perpetuemos las contradicciones y repeticiones de procedimientos, a su vez homólogos a la vieja política social de las élites. Es necesario considerar que aumentaron los pobres de América Latina en los últimos 25 años en 50 %, en cuanto se pregona el aumento del mercado, puesto también durante cada movimiento de las bolsas de valores. En ese sentido, las comunidades deben garantizar sus derechos a la participación, a la visibilidad de los proyectos sociales, asumiéndose ciudadanos y ciudadanas, viendo que la ciudad pasa a ser un lugar indispensable para el ejercicio de los derechos, deberes e inclusive utopías.

B. Investigaciones recientes sobre el trabajo de formación de profesionales de comunicación, de la cultura y de la educación apuntan algunos algunos desafíos inminentes, capaces de constituir la agenda para el hacer universitario. Aquí, los componentes de la agenda:

1.Ética. Comunicadores, agentes culturales y educadores son convocados a adoptar como sus preocupaciones centrales los valores de la diversidad, comunidad, identidad y respeto por todos los pueblos.

2.Economía. Considerado el creciente control de la mídia por el poder multinacional limitando los mismos a pocos, comunicadores, agentes culturales y educadores trabajaran creativamente para abrir derechos y acceso a todos y en todos los lugares, en cuanto se propugna por el nuevo orden económico internacional y ,mecanismos de regulación de mercados.

3. Derechos humanos. La lucha incesante contra abusos, el crecimiento de la información, la denuncia de las carencias sociales son formas de lucha de los que trabajan con educación, cultura y comunicación. Al mismo tiempo, dejamos de crear movimientos explícitos por los derechos humanos, fundamentalmente por el

crecimiento de las esferas públicas.

4. Educación para la mídia. Instituciones y comunidades deben ser desafiadas al uso innovador de la mídia. La educación, allí significa activación de audiencias y producción de políticas de formación de público. Por eso conviene avanzar en la preparación de cuadros competentes para el trabajo educacional en la mídia, considerados los contextos específicos de la sociedad en que se gesta y se realiza la acción.

5. Identidad social. Considerando que la identidad social y el censo de pertenecimiento son necesidades humanas y que su supresión produce tragedias sociales (como vemos en varios puntos del mundo), comunicadores, agentes culturales y educadores necesitan estar preocupados con el uso de las lenguas nativas de comunicación social, la estimulación a la ocurrencia de los valores simbólicos comunitarios; en fin deben ser realizados esfuerzos para concretizar la diversidad cultural y respetar los valores, cuya cambio debe considerar la propia competencia de las culturas en producirla.

6. Ecología. Existe urgente necesidad de implementar un censo profundo de la creación, que incrementa la conciencia de la ecología y del medio ambiente. Los valores comunitarios son parte integrante de ese proyecto. La comunicación debe ser usada para fortalecer la sociedad civil y convencer a los gobiernos a tratar los problemas ecológicos. No se debe olvidar de exponer el problema de la censura sobre cuestiones nucleares y secretos de estado que victimizan el medio ambiente.

7. Culturas populares. Las culturas populares -incluidas las diversas expresiones étnicas- afirman la profundidad de los valores humanos, sus manifestaciones plurales y contradicciones sociales. No es producto espectacular, pero si creación y disseminación de valores, significados y experiencias. Dejamos de reconocer el potencial de las culturas populares en la resistencia a la explotación y en la afirmación de la construcción de la dignidad humana. Los comunicadores y educadores comprometidos tienen responsabilidad en el fortalecimiento de las expresiones populares, que crecientemente pueden convertirse vivas y capaces de incrementar la dignidad humana.

8. Tecnologías de la comunicación. Es urgente la comprensión de las implicaciones de las nuevas tecnologías de comunicación, inclusive su desmitificación. Allí la condición de los desprotegidos de los campos y de las ciudades necesita ser especialmente considerada. Uno de los caminos es el de la interactividad. Pero las redes son dominadas por lenguajes de mayor poder económico-social, inclusive la Internet.

Esfuerzos son exigidos para el control mas igualitario de las redes y expansión de los derechos de uso.

9. Cuestiones de género. El género debe ser entendido como pertinente a ambos sexos.
Somos juntos
hombres y
mujeres,

26

convocados a un proceso de comunicación y información mas justo e igualitario. Las mujeres, juntamente con los hombres, necesitan considerar las perspectivas de géneros incidiendo sobre lo económico y lo político, el control de la mídia, la producción en comunicación, los derechos humanos y la libertad de expresión. Debemos examinar críticamente las definiciones prevalentes, orientadas por valores masculinos. El fortalecimiento de la presencia femenina en el desenvolvimiento de la educación para mídia necesita ser concretizado. Las resoluciones de Bangcoque (1994) y Pequín(1995) deben ser

implementadas.

En la secuencia de este texto, se desea sumir el significado del proceso formador del agente cultural, del educador y del comunicador. ¿Quién se forma? ¿Cómo es formado? ¿Cómo se produce el conocimiento? ¿Cuáles las respuestas sociales del conocimiento, a fin de que los desafíos lanzados encuentren eco en la conciencia del comunicador, del agente cultural y del educador?.

C. Cuando entramos en un centro cultural de barrio periférico, en el salón de exposición de pintura o escultura, en el espacio adaptado donde se muestran los trabajos de ancianos o alfabetizados no nos damos cuenta de todos los procesos de producción allí realizados. También cuando trabajamos con profesores de la escuela pública sobre presencia y el sentido de los medios de comunicación, cuando defendemos la preservación del espacio público y ecológico, cuando denunciemos la situación de las prisiones y de las violencias sufridas por las mujeres o inclusive que cuando entrevistamos jóvenes de barrios populares para un trabajo de investigación participativa - cuando todo eso ocurre con nosotros podemos no suponer toda la elaboración conceptual, estadística y de valores que se da con cultura, la educación y la comunicación, tanto por el productor cultural, por el crítico o investigador, cuanto por el profesor y divulgador.

Cuando penetramos en el espacio de la creación, cuando nos identificamos con algo, cuando nos envolvemos en proyectos, lo queremos es participar de la investigación cultural, y de producir símbolos. De hecho, nosotros dentro del espacio inventor de la cultura, dentro del hacer tecnológico y envueltos por la acción pedagógica, transformamos todo eso en un lugar de educatividad; asumimos el aprendizaje que nos torna más unificados a las fuentes de la vida, que nos aproxima de la mejor identidad social, que nos hace creadores.

Hay, sin embargo, otra reinención no menos

importante y de alta exigencia social para los que se envuelven con la educación, comunicación y cultura, que es la de producir políticas sociales, con destaque para las mediaciones cultural-comunicacionales y educativas. No solamente ser interprete de esas mediaciones, sino asumir e implantarlas en la sociedad con la cual nos comprometemos. En este punto, nos encontramos con algunos problemas contemporáneos: la alta emisión de discursos y prácticas virtuales y organización social que produjo muchas segmentaciones en el conocimiento y sus aplicaciones sociales. Antes de nada, carece pensar en los espacios de la investigación y su divulgación, los cuales alcanzan directamente las universidades y demás escuelas por donde pasan los futuros gestores de la comunicación, educación y cultura. Entre treinta y veinte años atrás, en América Latina, el sabor de las teorías de la dependencia y en la certeza de que estábamos envueltos por varios procesos de sumisión como grupos sociales y naciones, el orden era estudiar la política social, la política económica, la política cultural y la política educacional relacionándolas y extrayendo de allí lecciones para la resistencia social y la proposición de nuevas ideas y proyectos. Sin embargo, el trabajo fue realizado entre círculos limitados de estudiosos y no consideró el gran crecimiento de escuelas y de medios de comunicación. Entonces, se produjeron muchas conflictuantes respuestas de las comunidades de receptores y sujetos. En cuanto los grupos populares creían que esas ideas modernas levantarían barreras de la segregación social y permitirían el reconocimiento de la ciudadanía, así con la participación social, clases medias pretendían tener acceso al consumo y obtener mayores ventajas en la jerarquía social. Las élites dominantes, por su lado, pensaban en la modernidad como ampliación de la producción y racionalización de las estructuras productivas. Los sectores medios tuvieron pequeñas conquistas y las élites fueron victoriosas, porque pudieron asociar el desarrollo tecnológico a la pose de los medios de producción y la derrota de experiencias de políticas populares del mundo. Como consecuencia, mayor productividad con menos empleo, pérdida de los sentidos del trabajo humano, privatización de espacios públicos, supremacía de los valores del mercado.

Sin embargo, rápidamente vemos ruir las bases de ese mundo dicho globalizado, sean las crisis de los capitales que viajan por el mundo, sean la ineficiencia de las corporaciones que se convierten parásitos del sistema productivo. Del mismo modo, aumentó la pobreza y el desempleo, la escuela se alienó del sistema productivo, el analfabetismo funcional también se amplió, el arte corre el riesgo de convertirse en mercadería y las diversas formas de violencia contra la persona crecen, notablemente en las mayores ciudades del mundo y, particularmente, en nuestra América. Al mismo tiempo, se habla del nuevo valor del conocimiento, de la gran moneda contemporánea que es la información, de la educación como único camino para la nueva sociedad globalizada y efectivamente, las corporaciones, las empresas y gobiernos buscan trabajar sus imágenes en ese triángulo de cultura, comunicación y educación. Creo que a nosotros, universitarios, nos cabe la tarea de participar de la indicación de caminos para esos proyectos, ayudar a comprender el valor de las mediaciones, los riesgos del mal uso de la propaganda sin base de verdad y los sentidos mas profundos de las tendencias culturales, valores, concepciones sobre tecnología, perspectivas éticas y modos de desarrollo de la identidad de los grupos sociales.

Estudios como los de Renato Ortiz, Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini, para citar solamente tres, mostraron significativas relaciones entre nuestra formaciones culturales y los varios segmentos internacionalizados de las culturas masivas, las tecnologías y de los mercados. De hecho, ellos nos mostraron que el conocimiento ampliado de nuevas relaciones en la sociedad en proceso de globalización permitirían mejor preparación para el ejercicio de la ciudadanía, para la crítica de los modelos, para el incremento de nuevos proyectos sociales. Ayudarán a romper la antinomia entre popular y masivo, estimularán la creación de identificación pluralizada en la sociedad sin fronteras; en fin nos ayudaron a ver nuevas relaciones entre los actos de espectador,

ciudadano y consumidor. Hay, sin embargo, una gran ausencia en esos estudios: ellos no consideran el totalitarismo metafórico que suprime continuamente las mediaciones socio-culturales, los sentidos del hibridismo y el encortamiento de las distancias culturales, pues se enraíza fuertemente y renovadamente en las culturas políticas locales, regionales y a veces nacionales, transportadas inclusive para la nueva onda internacionalizada de productos culturales y económicos. En el caso brasileño, la pérdida de la densidad de los sentidos del trabajo humano y la descaracterización de los derechos de cualquier oposición política, con consecuentes aumento de desempleo y disminución de alternativas políticas señalizan la supresión de cualquier medicación, que terminan eliminadas en los discursos académicos y en pequeños focos de resistencia. Los estudios sobre mediaciones culturales, hibridismo y disminución de las distancias socio-culturales no exigió de los estudiosos el trabajo minucioso sobre los modos por los cuales las culturas étnica y geográficamente referenciadas, hacen los pasajes culturales y políticos. Con eso, tales estudios nos proporcionaron una buena hipótesis metodológica, pero no producimos -ni los autores citados- prácticas de trabajo que revelasen nuestra real resistencia y viabilidad de superación frente a los faraones del mundo moderno. Desempleados, deudores y desenraizados navegan menos en la Internet y en los cien canales a cable que el flujo peligroso del mar rojo de las grandes ciudades. Tal vez lo híbrido de Canclini se haya transformado en Frankenstein Cultural, que da mucho para hablar, pero poco a negociar; por su lado las mediaciones de Martín Barbero terminarán cooptadas por los medios y mensajes de las corporaciones mundiales, siempre perdularias y parásitas, pero seductoras. Así también el mundo culturalmente encortado de Ortiz puede no pasar de nuestras interminables calles, shoppings, avenidas. Para los que pueden pagar, el derecho alguna discoteca. Tal vez por eso, recientemente Barbero, nos sugirió oír la voz de los adolescentes y de los cantores de rap de las periferias, recuperando las voces de la poesía renacentista, que nos sugería indagar las entrañas de los crucificados, de los marginalizados. El joven es el más sacrificado, el despecho de sus jeans y tenis globalizados, es más producidos en Indonesia en crisis y bajo explotación del trabajo infantil. Ortiz escribiendo en la misma revista mexicana, termina su trabajo también renovador, pues muestra que la cuestión de identidades en América Latina se expresa en un campo de luchas y conflicto, en que prevalecen las líneas de fuerza desempeñadas por la lógica de la "máquina de la sociedad". En otras palabras, parece que no avanzamos más allá de los estudios realizados al inicio de los años 70, pues nuestras modernidades son canalizadas en la propia virtualidad de los discursos de élite. Ya Canclini, en texto de la revista de la Universidad de Colima, avanza en su concepto de procesos de hibridación, reconociendo que estamos en fase de homogeneización recesiva, en que los procesos aparentemente integrados de hecho segregan. Diría, llevan contingentes poblacionales a la condición de descartables. No veo ningún proceso de hibridación cultural, como piensan Canclini o Bourdieu, en el joven que se somete a un adiestramiento profesional, meses después de una formación que le costó esfuerzo e inversión personal y familiar, para asumir un empleo barato y también temporal, exigiendo de allí de a poco otro adiestramiento. Debe haber límites antropológicos para la polivalencia. La hibridación de esos autores tiene poco que ver con la lógica que informa a la vida presente latino americana.

De este modo, se rehace el ciclo: debemos reflexionar nueva y más profundamente sobre las políticas, ahora de modo más plural, sondeando la materia y el espíritu de los nuevos segmentos sociales y sus relaciones institucionales, sean públicas, privadas y del llamado tercer sector. Volver a creer, como lo hizo Paulo Freire, en la competencia cultural y comunicacional de las gentes y en la posibilidad de que produzcan nuevos actos de conocimiento, que daron contornos nuevos a la propia supresión de las mediaciones, a seducción globalizante y a la mistificación de las negociaciones híbridas.

Formar gestores para la educación, la cultura y la comunicación implica superar el funcionalismo tecnocrático y la asepsia, encarando

el espacio público, el empleo, la Ong, la comunidad escolar y la casa de cultura del barrio como lugares donde, pese a las tensiones y conflictos de hecho pueden ser generadas políticas educativo-culturales-comunicacionales. El cuerpo que entra en el espacio cultural, educacional, ecológico y político para vivenciarlo, también puede participar de su organización o reorganización. Si nuestras preguntas sobre la extensión y calidad de los inversiones en cultura y educación en nuestra ciudades, provincias y países tuviésemos respuestas pifias, como también el valor dudoso de los grandes y mega eventos populares o el uso mediocre de las nuevas tecnologías en el espacio de la escuela, nos cabe pensar en establecer proyectos y procesos cuyos objetivos supongan la participación ciudadana no seccionando la persona en mero consumidor, aunque productivo. Y que la transversalidad de los temas curriculares de la escuela de niños y jóvenes -política, ética, ecología, etc.- no sean nunca más para aparentar y si lugares de enfrentamiento pedagógico, en el cual la cámara de vídeo o los temas de ética en la política, no solamente agreguen informaciones, pero sean objetos de crítica por la propia razón de existir en la sociedad. El gestor estudioso sabrá ver las políticas que estudia e implanta el lugar que ocupa la historia cultural y su modo de ser moderno, lo que significa responder a los desafíos contemporáneos, no solamente como productividad medida por el contabilista, pero también como fruto de la participación social, instrumento impar para la creación de la memoria y del símbolo, factores básicos de la creación cultural. El gestor labora la extensión de procesos y productos en el llamado mercado de trabajo educativo - cultural e comunicacional, preocupándose con la optimización a precio competitivo, pero tiene también que ver con dones y vocaciones de los que se preparan para el suceso del emprendimiento. Conviene recordar que la llamada optimización polivalente del nuevo toyotismo en las compañías de transporte aéreas, transporte y marítimas han

colaborado para el aumento de la orfandad, lo que también vemos y no deseamos para el campo cultural-educacional. Las economías de los ex-tigres asiáticos son referencia de la falsa optimización, de que es suficiente la referencia a la brutal explotación de niños y adolescentes. El gestor trabaja la gestión del emprendimiento con el pulso de lo diacrónico y de lo sincrónico: sabe que su proyecto responde a una historia cultural a ser perfeccionada en cual los participantes se educan y, consecuentemente, crecen; del mismo modo se mueve en la actualidad en que el suceso social supone modos flexibles y abiertos de trabajo. Debe quedar claro que el gestor que analiza e implanta políticas educativas-culturales comunicacionales trabaja con premisas que objetivan la calidad movida por métodos y técnicas eficaces. Localiza adecuadamente su acción, integra procedimientos dentro de la ética debida, expresando así conciencia de las relaciones producción, difusión y consumo, diferenciando e incluyendo sentidos para los diversos bienes culturales, materiales e inmateriales. Sabe de los modos de acción del proyecto que dirige, especialmente porque en la cadena de procedimientos que va del planeamiento a la reposición de acciones, pasando por implementación y evaluación destacó el valor de los recursos humanos y materiales, el involucramiento social, la calidad objetiva en el acto continuo de evaluar y la sensibilidad a los nuevos abordajes y los nuevos servicios. En fin, el gestor y la gestora crean un proceso animado y sabroso de significación de lo que hacen, pues, se ven a lado de otros, constituyendo sujetos

27

sociales, articulando valores en las prácticas de lo cotidiano, educándose y educando. Para decir y rehacer el sentido mayor de la cultura, se conocen simbolizando y, por tanto, superando teorías y prácticas rutinarias y sutiles que perturban la libertad de simbolizar. Si vuelvo al título de este trabajo, considero, considero que, pensando en nueva economía, deseamos formar personas que se sientan gestando y gestionando personas y espacios no volátiles y mucho menos segmentados de su condición ciudadana, aún cuando producen y consumen dimensiones parcializadas de la vida cultural y educacional.

En fin, estudiosos y gestores de comunicación, educación y cultura son llamados a pensar políticas sociales en su totalidad: premisas colectivas y participatorias, organización competente y consecuente, planeamiento, implementación, evaluación y reposición, buscando constituir sujetos sociales, realizar articulaciones comunitarias, educar emisores y receptores para acción cultural y acumular símbolos de valor efectivo para la comunidad.

En ese sentido, otros pasos metodológicos que vienen antes y después de las políticas son indispensables:

7. Acompañar el desarrollo de la memoria de grupos y personas y sus prácticas, sean la acción política, el disfrute del tiempo libre y en la organización de la cotidianidad. El investigador, el periodista, el administrador público y el animador cultural necesitarán tener ojos grandes grandes y boca pequeña para aprender ese universo material-espiritual que llena de valores y sentidos (¿o ya no más?...) la vida de nuestras poblaciones. Carece ver las formas de ocultación/desocultación de la cotidianidad.
8. Producir más narraciones y descripciones de las culturas populares para superar cualquier dogmatismo. Ver como los lazos educación/cultura, cultura/salud, educación, cultura y salud etc. mantienen - o no- aquella organización de la cultura del trabajo que garantizó el crecimiento de la región.
9. Asumir metodologías de observación de la realidad y de trabajo cultural que lleven a las últimas consecuencias la importancia de la participación del ciudadano en sus polis. Ver en que medida todavía se mantienen -o no- aquella visión de totalidad regional.
10. Aprender a hacer educación en la acción cultural y culturalizar la educación. En vez de pensar en la ontología distinta de educación y cultura, radicalizar en torno del eje de lo educativo-cultural, o de la persona que reinventa tiempo y espacio, caminando del espíritu ingenuo al crítico y siendo capaz tanto de evaluarse como de animar los modos de vida en que está inmerso.
11. Asumir un hacer cultural total. Llevar en serio la cultura que tiene un brazo tradicional de letras y artes, pero ver que el hacer cultural se estetiza en la escuela, en la lucha de los sin muchas cosas en la vida de los niños y niñas en la calle, en los proyectos ecológicos, en el juego, en gimnasia de la tercera edad.
12. Creer mucho más la regionalización frente a la globalización. Pensar y hacer localmente, con memoria y conocimiento del mundo grande. Y creer en la cultura como forma de trabajo. Como continuidad. Como una de las soluciones para la crisis presente. Hasta inclusive como un modo de ser irreverente frente a ella.

PLAN DE ESTUDIOS

MATERIAS INDISPENSABLES PARA LA FORMACION EN COMUNICACION SOCIAL

CODIGOS Y MATERIAS DEL DPTO. DE COMUNICACION SOCIAL CON 5 CREDITOS CADA UNA

COM-820 CINE
COM-804 COMUNICACION ESCRITA
COM-803 COMUNICACION INTERPERSONAL
COM-813 COMUNICACION MASIVA
COM-702 COMUNICACION Y LENGUAJE
COM-809 FUNDAMENTOS DE INVESTIGACION
COM-801 HISTORIA DE LA COMUNICACION
COM-821 INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS
COM-814 INTRODUCCION AL PERIODISMO
COM-822 INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
COM-829 LEGISLACION DE LA COMUNICACION
COM-810 METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION EN COMUNICACION I
COM-838 PLANIFICACION DE LA COMUNICACION
COM-805 PROCESOS COMUNICACIONALES
COM-816 RADIO
COM-818 TELEVISION

NUMERO DE MATERIAS A APROBAR 15 **MINIMO DE CREDITOS=75**

MATERIAS COMPLEMENTARIAS PARA LA FORMACION EN COMUNICACION SOCIAL

CODIGOS Y MATERIAS DEL DPTO. DE COMUNICACION SOCIAL CON 5 CREDITOS CADA UNA

COM-851 ADMINISTRACION Y GESTION DE EMPRESAS DE COMUNICACION
COM-823 COMUNICACION Y CULTURA
COM-827 COMUNICACION Y EDUCACION
COM-840 COMUNICACION Y DESARROLLO
COM-852 COMUNICACION E INTEGRACION
COM-825 FILOSOFIA DE LA COMUNICACION
COM-815 GENEROS Y FORMATOS DE COMUNICACION
COM-830 METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION EN COMUNICACION II
COM-843 OPINION PUBLICA
COM-826 PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION
COM-811 REDACCION EN COMUNICACION SOCIAL
COM-835 FOTOGRAFIA
COM-853 TEORIA DE SISTEMAS
COM-854 TEORIA DE LA INFORMACION

NUMERO DE MATERIAS A APROBAR 10 **MINIMO DE CREDITOS=50**

MATERIAS DE APOYO PARA LA FORMACION EN COMUNICACION SOCIAL

CODIGOS Y CREDITOS DEFINIDOS POR EL DPTO.OFERTANTE

- ANTHROPOLOGIA CULTURAL BOLIVIANA	Dpto.Cienc. Sociales
- COMUNICACION E IGLESIA	Dpto.Ciencias Relig.
- ECONOMIA GENERAL	Dpto. Adm de Empres.
- ESTADISTICA SOCIAL PARA COMUNICADORES	Dpto.Ciencias Exactas
- SOCIOLOGIA GENERAL	Dpto.Cienc. Sociales
COM-832 TALLER DE EXPRESION ORAL Y ORATORIA	Dpto.Com.Social 4 Cred.

NUMERO DE MATERIAS A APROBAR 5 **MINIMO DE CREDITOS=25**

MATERIAS HUMANISTICAS

CODIGOS Y CREDITOS DEFINIDOS POR EL DPTO.OFERTANTE

CIENCIA POLITICA	Dpto.Derechol
COM-836 DEONTOLOGIA Y ETICA PROFESIONAL(Oblig)	Dpto.Com.Social 5 Cred.
COM-808 ESTUDIO CRITICO DE LA REALIDAD CONTEMP	Dpto.Com.Social 4 Cred.
HISTORIA GENERAL DE LA CULTURA	Dpto.Cienc. Social
HISTORIA SOCIO-POLITICA DE BOLIVIA	Dpto.Cienc. Social
COM-855 LITERATURA Y COMUNICACION EN LA HISTORIA	Dpto.Com.Social 4 Cred.
MATERIA RELIGIOSA (Obligatoria)	Dpto.Ciencias Relig.
MATERIA RELIGIOSA (Obligatoria)	Dpto.Ciencias Relig.
COM-856 RELACIONES Y ORGANISMOS INTERNACIONALES	Dpto.Com.Social 4 Cred.
COM-857 TELEDUCACION	Dpto.Com.Social 4 Cred.

NUMERO DE MATERIAS A APROBAR 4 **MINIMO DE CREDITOS=16**

MATERIAS LIBRES

MATERIAS, CODIGOS Y CREDITOS SON DEFINIDOS POR EL DPTO.OFERTANTE

APRECIACION MUSICAL	Dpto.Ciencias Exact.
COM-833 MINIMEDIOS	Dpto.Com.Social 4 Cred.
COM-858 DISEÑO GRAFICO	Dpto.Com.Social 4 Cred.
COM-834 COMPUTACION	Dpto.ded Informati.
COM-859 SEMINARIO DE ACTUALIDAD	Dpto.Com.Social 4 Cred.
COM-860 INFOGRAFIA	Dpto.Com.Social 4 Cred.

NUMERO DE MATERIAS A APROBAR 2 **MINIMO DE CREDITOS=8**

NOTA PREVIA CONSULTA , ES POSIBLE INSCRIBIRSE EN MATERIAS OFRECIDAS POR LOS DISTINTOS DEPARTAMENTOS DE LA U.C.B.

MATERIAS DE ESPECIALIDAD

CODIGOS MATERIAS Y CREDITOS DEL DPTO. DE COMUNICACION SOCIAL

COM-844 SEMINARIO DE GRADO I (Obligatoria)	7
COM-846 SEMINARIO DE GRADO II (Obligatoria)	7
COM-845 PRACTICAS GUIADAS (Obligatoria)	4

Y18 MODULOS DE 40 HORAS,
EQUIVALENTES A 9 MATERIAS DE 80 HORAS

NUMERO DE MATERIAS A APROBAR 12 **MINIMO DE CREDITOS=90**

MÓDULOS DE ESPECIALIZACIÓN

- 1. Administración de Recursos Humanos.**
- 2. Ceremonial, Protocolo, Etiqueta.**
- 3. Comunicación Andina y Educación.**
- 4. Comunicación Género y Desarrollo.**
- 5. Comunicación Medio Ambiente y Desarrollo.**
- 6. Comunicación Organizacional.**
- 7. Comunicación Rural y Trasferencia de Tecnología.**
- 8. Comunicación Salud y Desarrollo.**
- 9. Comunicación y Actores Sociales.**
- 10. Diagnóstico Participativo.**
- 11. Dinámicas y Técnicas Participativas.**
- 12. Dirección Artística y Puesta en Escena.**
- 13. Diseño y Estrategias para la Imagen Corporativa.**
- 14. Diseño y Gestión de Proyectos.**
- 15. Edición y Montaje.**
- 16. El Documental.**
- 17. Estrategias de Publicidad y Propaganda.**
- 18. Estrategias para Públicos Internos.**
- 19. Guión Literario.**
- 20. Guión Técnico.**
- 21. Infografía Computarizada.**
- 22. Investigación Periodística: El Gran Reportaje.**
- 23. Mercadotecnia.**
- 24. Musicalización y Efectos.**
- 25. Organización de Campañas.**
- 26. Organización de Eventos.**
- 27. Periodismo Cultural.**
- 28. Periodismo Deportivo.**
- 29. Periodismo Económico.**
- 30. Periodismo Electrónico.**
- 31. Periodismo Político.**
- 32. Persuasión Publicitaria.**
- 33. Planificación Estratégica en RRPP.**
- 34. Producción de Material Divulgativo.**
- 35. Producción del Gingle.**
- 36. Producción del Spot.**
- 37. Producción y Plan de Rodaje.**
- 38. Programas y Eventos de Capacitación.**
- 39. Proyectos de Producción Audiovisual.**
- 40. Psicología Social y Publicidad.**
- 41. Radio Dramatizada y Creativa.**
- 42. Realización.**
- 43. Relaciones Humanas.**
- 44. Taller de Diseño Gráfico Publicitario.**
- 45. Taller de Diseño y Diagramación.**
- 46. Taller de Periodismo Radial.**
- 47. Taller de Periodismo Televisivo.**
- 48. Taller de Prensa Institucional.**
- 49. Taller de Propaganda.**
- 50. Taller de Publicidad.**
- 51. Teoría de Decisiones.**