

CCC
AE
1541

SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE
ESTUDIOS DE POST-GRADO EN
COMUNICACION SOCIAL

Lima-Perú, 7 al 10 de Junio de 1983

Felafacs
Federación Latinoamericana de Asociaciones
de Facultades de Comunicación Social

INFORME FINAL PRESENTADO A LA UNESCO

CCC
AI
1541

**SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE
ESTUDIOS DE POST-GRADO EN
COMUNICACION SOCIAL**

Lima-Perú, 7 al 10 de Junio de 1983

INSTITUCIONES ORGANIZADORAS

- Universidad de Lima
- Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social - FELAFACS
- Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación - ALAIC.

ENTIDADES AUSPICIADORAS

- UNESCO
- FUNDACION KONRAD ADENAUER

INFORME FINAL PRESENTADO A LA UNESCO

FELAFACS agradece la colaboración de los profesores: Teresa Quiroz, Isaac León y César Zamalloa, de la Universidad de Lima, encargados de la elaboración del presente informe.

**EQUIPO DE PROFESORES DE LA UNIVERSIDAD DE LIMA QUE TUVIERON
A SU CARGO LA ORGANIZACION DEL SIMPOSIO LATINOAMERICANO
DE ESTUDIOS DE POST-GRADO**

- Desiderio Blanco López
Director del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación
- Rafaela García Sanabria
Directora del Centro de Investigación de Comunicación Social
- Walter Neira Bronttis
Secretario Ejecutivo de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS

- **COMISION ACADEMICA**

- Isaac Leon
- Javier Protzel
- Teresa Quiroz
- Eduardo Vargas
- César Zamalloa

COMISION DE ORGANIZACION Y PROMOCION

- Rosa Maria Alfaro
- Roberto Alva
- Rosario D'Caroli
- Miguel Gallardo
- Rosario Pérez de la Rocha
- Enrique Pinilla
- Luis Velezmoro

COMISION DE PRENSA

- Luis Benavente
- Mario Razzeto

INTRODUCCION

En la medida en que los cursos de post-grado, en su gran mayoría, son planteados como parte de un continuo que se inicia en los pre grados, y que su objetivo ha sido esbozado como resultado de una evaluación de éstos, creemos pertinente iniciar este informe haciendo una breve revisión del estado actual de los programas o facultades de Ciencias de la Comunicación en América Latina.

Los datos que se usan en esta introducción han sido extractados de dos documentos: La formación universitaria de comunicaciones sociales en América Latina, preparado para la UNESCO por la FELAFACS, en abril de 1982 y el informe del seminario de Post-Grado de comunicación social en América Latina, realizado en la Universidad del Valle, Colombia, en abril de 1982.

Desde la aparición de los primeros cursos de periodismo en la Universidad de la Plata en Argentina en los años de 1935, los estudios de las Ciencias de la Comunicación han manifestado un importante desarrollo cuantitativo. Este estuvo ligado, sobre todo en su primera etapa a los estudios superiores de periodismo. En los años de 1950 en Latinoamérica ya funcionaban 13 escuelas de periodismo. La orientación de aquellas estaba fundamentalmente dirigida a la capacitación de profesionales, más que al fomento de los teóricos o los investigadores de la problemática de la comunicación escrita. Hay que recordar que las concepciones teórico-metodológicas, susceptibles de adentrarse en la investigación de esta problemática, es relativamente reciente.

El desarrollo de la radiodifusión y la televisión abrieron nuevas áreas para los estudios superiores de la comunicación social. Con esta etapa del desarrollo de los medios coincide la modificación de las estructuras curriculares y la nueva denominación de las Facultades o Escuelas de Periodismo por Facultades de Ciencias de la Comunicación y también coincide con la aparición de muchas nuevas facultades.

Sin embargo este acelerado desarrollo de las facultades de comunicación no trae parejada una nueva orientación en la formación universitaria de la nueva especialidad. Es notorio el hecho de que los programas aún mantienen como objetivo prioritario la capacitación de profesionales en el manejo técnico de los nuevos medios masivos.

El desarrollo de los medios y su impacto en las Universidades Latinoamericanas se patentiza en que de las 18 escuelas de periodismo encontradas por los años de 1950 se pasa a 44 en 1960 y 81 en la década de los 70.

Un tercer período importante en el desarrollo de los programas parece coincidir con el desarrollo del conjunto de las ciencias sociales en América Latina. El que los programas de Ciencias de la Comunicación abandonen paulatinamente el área de periodismo, su tendencia a la capacitación de profesionales técnicos en medios y la influencia de las nuevas tendencias de las ciencias sociales, le dan al conjunto de estos programas una nueva matriz problemática. La aparición de nuevas áreas temáticas, nuevas teorías y nuevos esquemas metodológicos de análisis e interpretación de la realidad y, por otro lado, una latente presión de la orientación profesionalística o tecnicista producen en estos centros un conflicto aún no resuelto.

Las demandas de la sociedad y la noción tradicional de la Universidad como "generadora y depositaria del conocimiento" le han creado a los nuevos programas o facultades de la comunicación la disyuntiva de tener que priorizar el énfasis en uno u otro sentido, con el agravante de que cualquiera de las opciones parecería poner en peligro a la otra.

En este sentido, parece claro, hasta donde llega la información, que la respuesta mayoritaria en las Universidades Latinoamericanas parece haberse inclinado por la primera de las opciones, por lo menos en cuanto a lo que se refiere a la orientación de los pre grados. De lo que se obtendría como resultado que la segunda opción de las Universidades parecería haber quedado mermada. Sin embargo la aparición de los programas de post-grado, que surgen en su conjunto como una respuesta a esta problemática, parecen ser una buena solución al futuro de esta completa disyuntiva.

Los problemas actuales que enfrentan los programas de comunicaciones de las Universidades Latinoamericanas se patentizan en las siguientes conclusiones a las que llega el informe FELAFACS sobre la problemática de los programas de comunicación en América Latina:

- El "objeto de la carrera", aún cuando ha venido ampliándose constantemente, sobre todo para cubrir nuevas áreas en ejercicios profesionales no se encuentra plenamente definido.
- Dada la diversidad de marcos ideológico-valorativos desde los que se aborda el problema de la comunicación, el "perfil del comunicador" presenta rasgos todavía muy generales en América Latina. Hace falta todavía mucho trabajo de definición al respecto y un gran esfuerzo de "profesionalización" de la carrera.
- La formación profesional en el campo de la comunicación se ha centrado casi exclusivamente en el ámbito de la comunicación colectiva, dentro del cual el enfoque predominante es el generalizante tanto a nivel teórico como práctico o técnico.
- Un problema generalizado es el distanciamiento de la formación técnica, la investigación y la capacitación técnica. Los esfuerzos por encontrar modelos de integración en la práctica educativa y profesional deberán ser multiplicados en los próximos años.
- Dentro de este contexto, y como una respuesta natural, es que se empiezan a implementar desde hace ya unos 15 años en algunas de las Facultades de Comunicación de América Latina, los cursos de Post-Grado.

Finalmente, en Abril de 1982 en la Universidad del Valle, Colombia, los delegados de 10 Universidades Latinoamericanas con estudios de Post Grado en Ciencias de la Comunicación se reúnen con el fin de hacer una primera evaluación de los resultados de estos post-Grados, ya que algunos de ellos empezaban a tener visibles crisis de crecimiento y existía también el interés de otras Universidades por introducir esta experiencia.

El Seminario se llevó a cabo en la Universidad del Valle, Cali-Colombia, durante los días del 26 al 29 de abril de 1982. En esa oportunidad, se trabajó sobre la información y las propuestas de siete post-grados: Escuela de Comunicación y Artes de Sao Paulo, el Instituto Metodista de Enseñanza Superior de Sao Paulo, Universidad de Brasilia, Universidad Autónoma de México, Universidad Iberoamericana y el de la Universidad Central y el ININCO de Venezuela.

Se partió de la constatación de que algunos post-grados estaban en crisis, otros estaban en reforma, y de que existía una voluntad de coordinar esfuerzos a fin de caminar a diseñar ciertas propuestas que expresasen tanto la realidad Latinoamericana como posibilidades concretas de apoyo entre las diversas Universidades.

Para poder responder a una primera pregunta central: ¿por qué post-grados en Comunicaciones?, se hizo una revisión de la situación de los Pre-Grados, constatándose una presión profesional, una presión de algunos sectores empresariales reclamando un tipo de Comunicador Social que se adapte a sus requerimientos. Es decir, se estaría dando en varios países el intento de sacar la problemática social de los Pre-Grados. Estarían algunos pensando que en los Pre-grados hay que proporcionarles técnicas a los alumnos, herramientas para desempeñarse profesionalmente. Esta concepción estaría definiendo la co-existencia desde fuera de los procesos sociales, como una entidad autónoma que tendría su propia existencia. Entonces se tendería a que los pre-grados fueran algo más neutro, más técnico, y los Post-grados abordasen los conflictos sociales, el problema del poder del estado, etc.

Sin embargo, desde el interior de las Universidades, las motivaciones para abrir Post-Grados eran otras. Era la posibilidad de abordar a un nivel de profundidad que no es posible en los Pre-Grados, no sólo la investigación, sino determinado tipo de problemas que permitan articular la investigación y la producción. Plantear la situación de la Investigación en América Latina, los problemas nacionales, y los problemas Latinoamericanos, en el desarrollo de la información, por ejemplo. Esto en el Pre-Grado tienen su lugar, pero en el Post-Grado podría ser recogido sin resúmenes, ni síntesis, como objeto de una investigación propia. Se trata, por tanto, de estar muy atentos a las propuestas que estarían interesadas en convertir los Post-grados en simples cursos de actualización, es decir en cursos para ponerse al día en las últimas modas, o técnicas.

Se planteó tener en cuenta algunos puntos básicos.

1. ¿Sobre qué tipos de Pre-Grados se apoyan nuestros Post-Grados? Es indispensable realizar un diagnóstico serio y manejar una tipología del comunicador social. América Latina tiene todo el derecho de tener una serie de figuras diferentes de comunicador social. ¿Cuáles son esos modelos básicos con los cuales están trabajando nuestras facultades? ¿Qué figuras profesionales existen? ¿Qué formas de abordar los problemas de comunicación se están manejando? Se constató que aún no se habían explicitado esas figuras profesionales en la mayoría de los casos.

2. ¿Qué sectores del mercado laboral están interesados en los Post-Grados? ¿Qué figuras profesionales les interesan a estos sectores? En algunos países, las nuevas tecnologías de comunicación han llevado a que no pocos ingenieros estén interesados por ejemplo en realizar un Post-Grado en comunicaciones. Y estos hechos e intereses empresariales y gremiales, ¿cómo incidirían sobre nuestros programas?

La Universidad no puede ser mera correa de transmisión de la creación de fuerza de trabajo. La Universidad tiene el derecho de establecer una distancia entre lo que pide el mercado laboral y lo que la sociedad en términos de intereses generales necesita. La Universidad tiene que abrirse un espacio, profundamente crítico; pero a la vez tiene que asumir la situación laboral de ese país, de esa región.

Se planteó que existen ciertos hechos en América Latina que justifican la necesidad de los Post-Grados, cómo son:

1. La complejización acelerada de las estructuras comunicativas en nuestros países. En América Latina lo que tenemos es una aceleración que nos viene de fuera, que se apoya en la dependencia, que tiene que ver con la complejización de las redes de comunicación.

2. Las nuevas tecnologías y sistemas están dando lugar a procesos sociales, políticos y culturales nuevos. Estas transformaciones tienen mucho que ver con el establecimiento de nuevas tecnologías, con el funcionamiento de nuevos sistemas y redes, que están incidiendo en el ámbito de la educación, la medicina, el sistema nacional de salud, el desarrollo rural, etc.

3. La problemática del nuevo orden informativo, que si bien se plantea en el Pre-Grado, no se puede traducir en objeto de investigación específico.

Se plantea además la necesidad de abrir otro espacio donde la Universidad no trabaje sola, sino que su investigación se articule con la de otros Institutos, en su país, o fuera de él, de modo de posibilitar su desarrollo cualitativo.

Se pasó a asignar una serie de tareas a los Post-Grados a corto y por lo menos a mediano plazo:

1. Redefinir el campo de la comunicación social, estableciendo a qué tipo de procesos nos estamos refiriendo, a qué niveles de la sociedad. Esto implica realizar un balance no de las teorías, sino de los procesos políticos, sociales, culturales. Se trata de vertebrar el análisis social de estos procesos, señalar su relevancia. Tenemos pues que definir qué áreas, qué problemas, qué procesos son los que nos atañen, son los que configuran nuestro campo hoy en América Latina. Ello no lo podemos hacer sólo desde un punto de vista conceptual, sino que hay que echar mano del punto de vista histórico, psicológico, antropológico. Pero siempre considerando cómo todo ello puede traducirse en términos de abordaje profesional. Tenemos que acercar a nuestros egresados a que desarrollen posibilidades de incidencia en los procesos, ya no sólo de diseño, de planificación, de ejecución, sino de producción.

En síntesis, la primera tarea sería redefinir el campo de lo que entendemos por comunicación social en base a la perspectiva histórica que tenga en cuenta las transformaciones tecnológicas, económicas, políticas, y las transformaciones en la teoría, en los modelos de análisis.

2. El Post-Grado puede constituir un lugar propio para articular los problemas que vienen de la especificidad de los distintos procesos en los cuales y a través de los cuales se analiza la comunicación, es decir los procesos informativos, educativos, culturales. El Post-Grado podría ser el lugar apropiado para pensar la articulación entre la especificidad de estos procesos sociales, grandes procesos de información, educación, cultura y otros, con los paradigmas y los modelos culturales (comunicación de masas, comunicación popular, comunicación alternativa). Se trata de aterrizar de la comunicación genérica a los procesos concretos a través de los cuales la comunicación se realiza.

Los Post-Grados tienen que convertirse en el lugar clave para el desarrollo teórico explícito, sin vergüenza, sin confundir trabajo teórico con especulación y con idealismo.

3. Los Post-Grados serían también el espacio adecuado para el encuentro entre investigación y producción. Encuentro en el que deberán ser asumidos como objetos de investigación y no sólo como herramientas de aplicación, los restos que vienen de la tecnología, por ejemplo.

Los Post-Grados deben abordar muy seriamente las contradicciones que se plantean a nuestros egresados cuando a partir de una teoría crítica de los procesos de comunicación tienen que trabajar en una televisora privada, en un periódico, o en la planificación de la entrada de tecnología en el campo.

Todo lo planteado implica, y éste fue el objetivo de esta reunión y de futuras reuniones, que los Post-Grados no pueden ser pensados desde un ámbito local, regional, nacional o Latinoamericano, exclusivamente. Consideramos que debe estar pensando desde un ámbito nacional, pero con una profunda vocación Latinoamericana. Eso implicará no duplicar esfuerzos, establecer formas de cooperación, vinculadas a las distintas especializaciones que estos Post-Grados puedan tener.

Esto implicará igualmente una revisión de las estructuras académicas y pedagógicas. Somos aún fuertemente conservadores. Existe aún una separación real entre investigación y producción. Es necesario desplegar nuestra imaginación pedagógica y metodológica e innovar, horarios, trabajo de campo, formas de investigación, evaluación y otros.

Creemos que para estructurar nuestros Post-Grados hay la necesidad de establecer una convergencia en torno a un objeto-problema y no en torno a disciplinas. Estas podrán emplearse en todo caso en el desarrollo de la investigación planteada.

En dicho Seminario se acordó asimismo, agotar los esfuerzos para poder realizar en un plazo cercano el primer Simposio Latinoamericano de estudios de post-grado en comunicación social, evento que se llevó a cabo en la ciudad de Lima entre los días 7 al 10 de junio y que contó con los auspicios de la Universidad de Lima, ALAIC, FELAFACS, La Fundación Konrad Adenauer y UNESCO.

Lo que sigue es el informe de dicho evento.

Presentamos en primer lugar un diagnóstico de la situación de los Post-Grados en las diversas Universidades que se hicieron presentes en el evento, para luego exponer las recomendaciones que fueron acordadas.

**INSTITUTO METODISTA DE ENSEÑANZA SUPERIOR
SAN BERNARDO DEL CAMPO**

Maestría en Comunicación Social

a. Orientación del Programa de Post-Grado. Objetivos básicos y función social que busca cumplir.

La Maestría viene funcionando regularmente desde 1978. Está orientada a realizar un trabajo científico interdisciplinar que forme investigadores en los diversos sectores de estudio de la cultura popular. La investigación busca rescatar y componer un acervo de datos, información y testimonios sobre la cultura popular en la región de San Bernardo del Campo. El modelo temático propuesto apunta a develar la trama ideológica intrínseca y la comunicación dirigida a las clases subalternas, en los casos de periódicos, de empresas, programas de capacitación técnico-científico, campañas de desarrollo comunal y procesos de comunicación religiosa.

b. Area de especialización que atiende, problemática cubierta.

Existen dos áreas de especialización:

1) Metodología de la Comunicación:

Orientada hacia docentes investigadores interesados en el estudio de los fenómenos de la comunicación popular en sociedades dependientes.

2) Comunicación científica y tecnológica.

Orientada hacia profesionales, considerando dos vertientes: a) Urbana (comunicación industrial) y b) Rural (comunicación agrícola). Ambas encaminadas a contribuir a una democratización de los resultados de la Investigación en Ciencia y Tecnología.

Las líneas de investigación desarrolladas en la actualidad (para 1982-1984) son las siguientes:

1. Comunicación en el Tercer Mundo. Sobre la relación entre dependencia económica y dominación cultural.
2. Desarrollo de los sistemas de comunicación en el Brasil. Análisis histórico y emergencia socio-económica de los sistemas brasileños de comunicación.
3. Comunicación y Educación.— Análisis de posiciones teóricas de los fenómenos didácticos-pedagógicos y su fundamentación práctica.
4. Iglesia y Comunicación.— Estudio crítico de las estructuras organizativas, planteamientos ideológicos y fundamentos teológicos de las organizaciones e Iglesias cristianas.
5. Comunicación y Filosofía.— Relación Lenguajes-Símbolos-Ideologías, y problemas de Estética.
6. Comunicación y Teología.— El mensaje de la Iglesia y los medios.
7. Formas y funciones de la Cultura Popular.— Experiencias populares y función social de la producción popular.
8. La instrumentación lingüística-semiótica de la comunicación social.— Afirmar elementos de análisis, históricos en la comunicación.
9. Medios de comunicación y manipuleo de lo inconciente.— Medios y neurosis, sueño, fantasía. Determinantes psíquicos del comportamiento político.
10. Contracomunicación.— Comunicación alternativa.
11. Comunicaciones administrativas.— Sistemas internos de comunicación (recursos humanos).
12. Comunicación Mercadológica.— Relaciones de la empresa con el medio ambiente.
13. Periodismo científico.— Lenguajes adecuados de transmisión al público del debate de políticas científicas.
14. Comunicación Popular.— Producción periodística popular y consumo popular de la comunicación burguesa.
15. Nuevas tecnologías de Comunicación.— El videocasette, TV por cable, video texto, su surgimiento y utilización social.
16. Utilización alternativa de la Radio y TV.— Experiencias concretas en América Latina.

17. Comunicación rural e industrial.— Rol de la comunicación en la agricultura. Difusión de innovaciones en el sector agrícola. Sistema de información en la empresa. Teleinformática.
18. Comunicación comunitaria.— Prensa distrital, de provincias, de minorías étnicas y raciales. Comunicación en pequeños grupos.

c. Niveles de especialización, Grados y/o títulos.

El curso otorga el nivel de Maestro en Comunicación Social en el área de Metodología de la Comunicación o Comunicación Científica y Tecnológica.

d. Forma de funcionamiento.

d.1 Estructura curricular

El ordenamiento académico se basa en:

- a) Actividades formales: cursos, seminarios, proyectos, lecturas, etc.
- b) Orientación de la Tesis. a través de un profesor, con el que se mantendrán reuniones periódicas a través de dos semestres.

El Alumno deberá cumplir un total mínimo de 30 créditos (diez disciplinas), de las cuales 4 son obligatorias (de acuerdo al área), dos del dominio conexo, y 6 son optativas. Las obligatorias deberán cumplir en el I semestre.

d.2 Metodología de enseñanza. Investigación.

Sistemas de evaluación

El sistema de evaluación se basa en lo siguiente:

Aprobado: Excelente — A
 Bueno — B
 Regular — C

Desaprobado. Insatisfactorio — D
 Incompleto — E

Se podrá repetir una actividad académica formal con D de calificación. Si tiene en cuatro actividades académicas D no podrá rendir el examen de calificación.

Reglamento de graduación

El examen de Calificación se rinde una vez finalizadas las actividades académicas formales. Se nombrará un Jurado de tres docentes, presidido por el Profesor-Orientador. (El alumno desaprobado podrá luego de 6 meses someterse una sólo vez a un nuevo examen).

Niveles de Estudio y tiempo de duración

El curso tiene una duración mínima de dos años y máxima de cuatro.

d.3 Recursos administrativos (Académicos, Técnicos y humanos)

El cuerpo docente está integrado de manera significativa por docentes no sólo de Sao Paulo sino de otras Universidades del país.

d.4 Formas de financiamiento.

El Post-Grado se mantiene con recursos propios del Instituto y el pago mensual de los alumnos, además de subsidios parciales de agencias gubernamentales de Fomento a la Investigación: CAPES (del Ministerio de Educación y Cultura), Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (Secretaría de la Presidencia de la República).

d.5 Sistemas de selección y requisitos de ingreso.

Para ingresar se requiere rendir un examen de selección y:

1. Se Licenciado en Comunicación o disciplinas afines como: Ciencias Sociales, Administrativas, Psicología, letras.
2. Análisis del Currículum Vitae del postulante.
3. Una propuesta de trabajo científico del candidato, que debe guardar relación con el área de especialización del curso.
4. Entrevista con el profesor responsable, de acuerdo a la línea de investigación propuesta por el candidato.
5. Dominio de una lengua extranjera.

d.6 Relación con otros Post-Grados y Escuelas de Comunicación.

Se mantienen constantes relaciones con otros cursos de Post-Grado y Escuelas en todo el país. Se invita a profesores e investigadores de otras instituciones a que participen en cursos, seminarios y conferencias.

e. Vinculación entre el Pre-Grado y el Post-Grado.

Ambos pertenecen a unidades administrativas distintas pero están íntimamente vinculados a través del cuerpo docente, la incorporación de los egresados a la docencia, la investigación, y en general por la propia orientación.

f. Proyección del Post-Grado a la Comunidad.

Se da a través del Núcleo de Estudios de la Memoria Popular del ABC. A través de él se registran una serie de experiencias populares, considerando que se convive con una de las regiones más pobladas e industrializadas del país.

Además a través de la Revista Comunicación y Sociedad que se publica semestralmente a partir de 1979. Esta no sólo recoge los trabajos de los alumnos y profesores del Instituto, sino de investigadores de otras Universidades brasileñas y extranjeras.

g. Evaluación crítica global de su experiencia.

Luego de las iniciales dificultades en la implementación del Post-Grado desde 1978 e incluso de la no recomendación de éste por parte del Consejo Nacional de Post-Grado para la asignación de fondos públicos; el Post-Grado del Instituto Metodista ha sido reconocido como programa que camina para adquirir su propia personalidad académica. Ha logrado demostrar la validez de su plan pedagógico y científico, traducido por la precocidad de la producción de los nuevos conocimientos divulgados a través de la Revista Comunicación y Sociedad y por la repercusión lograda por las propuestas innovadoras discutidas en San Bernardo del Campo junto a la comunidad universitaria de todo el país.

UNIVERSIDAD DE SAO PAULO
ESCOLA DE COMUNICACOES E ARTES

(Diagnóstico del curso de post-gradο en Ciencias de la Comunicación)

a. Orientación, objetivos básicos y función social del curso.

El curso tiene como objetivos básicos el perfeccionamiento de docentes y la formación de investigadores. En razón de esos objetivos el curso desempeña una función social abierta a un haz de problemas que se relacionan con el trabajo del magisterio, con los fenómenos comunicativos entendidos como actos sociales, con los instrumentos técnicos implicados en el proceso productivo de los mensajes, con la heterogeneidad semiótica de los actos comunicativos propiamente dichos, con los mecanismos de manipulación ideológica que se manifiestan en los objetos culturales y con la repercusión o influencia de los medios de comunicación en la sociedad de nuestro tiempo.

El curso busca los presupuestos fundamentales de esta función social en la especificidad de los fenómenos comunicativos y orienta los programas de sus diferentes opciones hacia ese terreno en que las dimensiones de lo humano se presentan a través de estructuras formadas por el intercambio y la interrelación de valores específicos pertenecientes al reino de lo simbólico.

Debido a las necesidades dictadas por el profesionalismo, semejante orientación general se fragmenta en opciones - periodismo, relaciones públicas, propaganda, radio y televisión y se compromete con varios aspectos de las respectivas profesiones y de sus encadenamientos sociales.

b. Area de especialización y problemática cubierta.

El curso abarca cuatro grandes áreas de especialidad. periodismo informativo y de opinión, relaciones públicas y propaganda, radiotelevisión y teoría de la comunicación. El área de biblioteconomía y documentación, aunque sea parte del curso, no ha alcanzado aún suficiente desarrollo. El curso organiza sus programas en los límites de los siguientes conjuntos de conocimientos:

- Sistemas de comunicaciones en ciencia
- Sistemas de comunicación y tecnología
- Sistemas de comunicación impresa en Brasil
- Política de comunicación en el Brasil contemporáneo
- Administración de Relaciones Públicas en el gobierno y en las empresas como administración de controversia pública.
- Procesos de manifestación de las estructuras semióticas en los actos comunicativos.
- Por una teoría para la historia de la comunicación y del arte.
- Sistemas de información documental en ciencias, artes y tecnología.
- Metodología de la investigación.

La problemática cubierta por el curso se hace más precisa en los procesos particulares de investigación actualmente en desarrollo.

- Los procesos del videotexto y del videodisco.
- Estudios y análisis de la prensa femenina brasilera: la producción industrial vs la producción marginal en la prensa brasileña.
- Lenguaje ideológico y práctica periodística.
- Desarrollo de la comunicación impresa en Brasil: prensa sindical.
- Desarrollo de la comunicación impresa en Brasil: prensa burguesa.
- Desarrollo de la comunicación impresa en Brasil: prensa religiosa.
- El desarrollo de la prensa comunitaria.
- Entrenamiento de alumnos de post-gradο en aspectos editoriales.
- Los MCM y el futuro de la educación superior en el Brasil.
- Estudios de la bibliografía internacional en relaciones públicas.

- El espacio ideológico construido por la función designativa en los procesos de comunicación.
- Presupuestos teóricos para el estudio de un período histórico de la comunicación en Sao Paulo.
- Bibliotecas comunitarias.
- Bibliotecas especializadas.
- Cinema brasileño: "da lauda a imagen"
- Sistemas institucionales ibéricos en América Latina
- Preliminares y dificultades en la teoría de los medios de comunicación.
- Comunicación rural: difusión de nuevas ideas y prácticas agrícolas.
- Estudios de la imagen en la prensa.
- La enseñanza suplementaria por televisión educativa.
- Aplicaciones de la teoría matemática de la comunicación.
- Femenidad: el instituyente y lo instituido en las publicaciones femeninas.
- Formas de planear y ejecutar programas de televisión.

c. Niveles de especialización — Grados y Títulos

El curso tiene dos niveles, el de la maestría y el del doctorado, concediendo en ambos grados los respectivos títulos.

d. Forma de funcionamiento

d.1 Estructura curricular:

Los programas de post-grado en Ciencias de la Comunicación comprenden cursos avanzados en el área de conocimientos escogida por el alumno y estudios complementarios en otras, denominadas áreas de dominio conexo.

El conjunto de asignaturas es bastante amplio, lo suficiente para que los alumnos tengan relativa libertad de elección. En razón del contenido de las asignaturas, estas se organizan en subconjuntos vinculados a los campos de conocimiento establecidos que funcionan como conjuntos-universo. Con base en ese principio, la comisión de post-grado ordenó para el año 1983 la siguiente estructura curricular:

a. Conjunto de conocimiento: Sistema de comunicación en ciencia.

Asignaturas o materias. Sistemas de información especializada: Factores de impacto en la comunidad científica

- Aspectos cualitativos y cuantitativos de la publicidad en radio y televisión.
- Problemas de comunicación intercultural y la función de las bibliotecas.

b. Conjunto de conocimiento: Sistema de comunicación y tecnología.

Asignaturas o materias: Análisis de técnicas de guión para TV.

- Videotexto: editoración electrónica
- Medios alternativos: televisión bidireccional
- Cibernética pedagógica
- Estructura del mercado fonográfico y alternativas de producción.

c. Conjunto de conocimiento: Sistema de comunicación impresa en Brasil

Asignaturas o materias: Editoración y sociedad brasileña: un itinerario crítico

- Aspectos políticos de la literatura de cordel en Sao Paulo
- Las historietas como recursos auxiliares en los sistemas de comunicación.
- La representación de la mujer en la prensa femenina brasileña.

d. **Conjunto de conocimiento: Sistemas de comunicación en el Brasil contemporáneo**

Asignaturas o materias: La comunicación intercultural y las empresas multinacionales: las empresas japonesas en Brasil.

- Televisión y cultura en Brasil: en busca de una perspectiva crítica.
- Pedagogía del periodismo: repensando la formación del periodismo en Brasil
- Los derechos de autor en la obra periodística
- Sicosociología publicitaria
- Sicosociología de la motivación publicitaria

e. **Conjunto de conocimiento: Administración de Relaciones Públicas en el Gobierno y en las empresas como administración de controversia pública.**

Asignaturas o materias: Política y Administración aplicadas a las Relaciones Públicas.

- La empresa en el contexto social y el de la comunicación.

f. **Conjunto de conocimiento: Proceso de manifestación de las estructuras semióticas en los actos comunicativos.**

Asignaturas o materias: Estudios en el campo de la cibernética.

- Lenguaje e ideología.
- Pensamiento y experiencia.
- Teoría sobre la ideología: fetichismo y alienación en la industria de la conciencia.
- Imagen y representación cinematográfica.
- Femeneidad: lo instituido y lo instituyente en las publicaciones femeninas.

g. **Conjunto de conocimiento: Por una teoría para la historia de la comunicación y del arte.**

Asignaturas o materias:

- El discurso fascista: ideología y propaganda política.
- Monteiro Lobato: intelectual, empresario e ideólogo.
- Por una historia de las comunicaciones y del arte.

h. **Conjunto de conocimiento: Sistemas de información documental en ciencias, artes y tecnología.**

Asignaturas o materias:

- Sistemas de información: métodos para análisis y proyección.
- Análisis de textos y análisis documental (I y II).
- Acceso a los archivos y documentales y técnicas de divulgación; instrumentos de investigación.
- Modelos de sistemas de información científica: adecuación a los usuarios.
- Paleografía: un capítulo en la evolución de la escritura

i. **Conjunto de conocimiento: Metodologías de investigación**

Asignaturas o materias:

- Procedimientos y técnicas de investigación.
- Investigación empírico-cuantitativa en comunicación.
- Investigación en periodismo: crítica e ideología.

A cada asignatura le corresponde una carga de 108 horas, destinadas a las clases teóricas, seminarios y coloquios. Cada materia vale 9 créditos, siendo que cada unidad de crédito equivale a 12 horas de actividades programadas. Para la maestría los alumnos deben obtener, al menos, 120 unidades de crédito, distribuidas así:

- 60 unidades de crédito obtenidas en asignaturas.
- 24 unidades de crédito en actividades programadas.
- 36 unidades de crédito por la elaboración del trabajo final de disertación.

El conjunto concerniente a las actividades programadas comprende las siguientes modalidades.

- Trabajos en laboratorio.
- Investigaciones de campo.
- Elaboración de tareas subsidiarias (artículos, reseñas u otro tipo de publicación)
- Lecturas

Para el doctorado es necesario integral 240 unidades de crédito, del siguiente modo:

- 80 unidades de crédito en asignaturas.
- 60 unidades de crédito en actividades supervisadas.
- 100 unidades de crédito por la elaboración de tesis.

La estructura curricular puede ser ampliada con materiales de otras Facultades o Institutos de la Universidad de Sao Paulo u otras universidades.

d.2 Metodología de enseñanza. Investigación. Sistema de evaluación.

Son diversos los métodos de enseñanza y esta diversidad se relaciona con la naturaleza de las asignaturas. Las clases tienen un carácter teórico, pero se realizan con la participación abierta de los estudiantes.

La investigación se realiza a través de los proyectos montados por los profesores y a través de la tesis de doctorado. Es obligatoria la frecuencia mínima de 75 o/o a las clases, seminarios y coloquios.

Los alumnos regularmente matriculados tienen que hacer un examen de lengua extranjera en el plazo de 3 a 6 meses.

La duración mínima para integrar los cursos de maestría, es de 1 año y 2 años para el doctorado. En cualquier caso, el alumno tiene un plazo máximo de 5 años para entregar su disertación o tesis.

d.3 Recursos administrativos. Número de profesores y de alumnos.

Los recursos con que cuenta el Curso de Post-Grado son parte del presupuesto de la Escuela y están destinados a la mantención de la secretaría y de los laboratorios. El cuerpo docente es contratado por los Departamentos para los cursos normales y no recibe ningún suplemento salarial por su participación en el Post-Grado.

El curso cuenta con los siguientes recursos:

- Laboratorio fotográfico
- Laboratorio cinematográfico
- Estudios de Televisión
- Oficina Gráfica
- Com-Arte (Oficina que publica disertaciones y tesis)
- Equipos de cine (cámaras y accesorios)
- Estudio de radio
- Sala de proyección

- Estudio de sonido
- Estudio de animación

d.4 Formas de financiamiento

El curso es financiado casi integralmente por la propia universidad de Sao Paulo. En los últimos años tuvo ayuda a través de instituciones nacionales que concedieron becas para estudiantes y recursos para proyectos de investigación.

d.5 Sistemas de selección y requisitos de ingreso

Los requisitos para inscribirse son los siguientes:

- Certificado de curso superior
- Histórico-escolar
- Currículum vitae
- Tarjeta de identidad
- Tarjeta de lector
- Regularización del servicio militar (hombres)
- Tres fotografías
- Tasa de inscripción.

La selección se realiza a través de un proceso en que se examina el currículum vitae del candidato, su plan de estudios y su capacidad para el curso. El examen es hecho por medio de una entrevista oral o prueba escrita.

e. Evaluación crítica global de la experiencia.

Desde el punto de vista histórico, diez años es un fragmento de diacronía relativamente pequeño. Como evaluación se pueden señalar las siguientes necesidades a partir de la experiencia acumulada:

- Superar las carencias técnicas con la finalidad de crear metalenguajes que disminuyan nuestras dependencias;
- Llegar a la especificidad de lo comunicativo con el auxilio de metalenguajes cuyo instrumental técnico haga posible el análisis de las materialidades expresivas de mensajes fotográficos, electrónicos, gráficos, etc.;
- Con la intervención de la especificidad de los objetos comunicativos crear condiciones para definir el papel que los cursos de comunicación social deberán desempeñar en un mundo de constantes y renovadas conquistas tecnológicas, científicas, artísticas y humanísticas;
- Buscar por vías de los elementos colocados en relación, procesos mas equitativos con la intención de traer al campo de conocimiento objetos cuyas diferencias sirvan para la realización de un trabajo de integración que permita contactos adecuados con la identidad de los objetos comunicativos;
- Aprovechar ese juego de integraciones para explorar las muchas posibilidades de la Universidad de Sao Paulo en áreas no consideradas humanísticas, pero que pueden traer una profunda contribución para el estudio de las materialidades que entran en los actos comunicativos y, de esa manera, establecer ángulos de visión desde donde lo social pueda ofrecerse al análisis a través de dimensiones hasta ahora no consideradas;
- Promover el intercambio con los otros cursos del país, de América Latina y de otros lugares del mundo.

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SAO PAULO

PROGRAMA DE POST-GRADO EN COMUNICACION Y SEMIOTICA

Orientación del Programa y objetivos

La universidad de Sao Paulo mantiene desde 1970, el Programa de Post-Grado en Comunicación y Semiótica. Este Programa se volcó inicialmente a la Teoría Literaria. Transcurridos algunos años se ha verificado que al estudio de la obra de arte verbal, se imponía la necesidad de una apertura hacia sistemas de signos no verbales. Se ha buscado, pues, crear un Programa de Post-Grado volcado al estudio de la estructura de los diferentes sistemas signícos. En esta búsqueda, la lógica del lenguaje (semiótica) encuentra en la Teoría de la Comunicación una sólida columna de sustentación que le sirve, en muchos casos, de parámetro para el análisis y la crítica.

Objetivos Generales

- Desarrollo de un Programa de Post-Grado a nivel de Maestría y Doctorado, para la formación de especialistas en Comunicación y Semiótica.
- Desarrollo de la enseñanza y de la investigación de los lenguajes y los procesos de comunicación (emisión, reproducción y consumo) a través de la investigación sistemática y orientada.
- Creación de un Centro o Instituto de Investigación volcado hacia la problemática de la comunicación y dirigida a los intereses de la comunidad por medio de convenios con órganos públicos y privados y a partir de investigaciones de intereses recíprocos.

Objetivos específicos

Crear condiciones a los docentes, investigadores y profesionales del área de comunicación para:

- La reflexión crítica sobre códigos verbales y no verbales, sus medios de producción, reproducción y consumo;
- El estudio interdisciplinario basado en las relaciones inter-códigos y sus posibilidades de interferencia (ampliación y diversificación) en el repertorio cultural de una sociedad;
- Los metalenguajes adecuados a cada sistema de lenguaje verbal, visual, sonoro y audiovisual.

Area de especialización y problemática cubierta

La característica del Programa está dirigida hacia el metalenguaje de los procesos de comunicación (emisión, reproducción, recepción) en los diferentes medios y, sobre todo, inter-códigos.

Forma de funcionamiento

Estructura Curricular

1. Disciplina obligatoria:

Estudios de problemas brasileños	1 crédito
Teoría del signo	
Semiótica General	3 créditos
Teoría de la Comunicación	3 créditos
Sociología de la Comunicación	3 créditos
Sistemas intersemióticos	
Semiótica de Literatura I	3 créditos
Semiótica de Literatura II	3 créditos
Sistemas Intersemióticos I	3 créditos
Sistemas Intersemióticos II	3 créditos
Núcleo de investigaciones	3 créditos
Tesis de Maestría	5 créditos
Total	30 créditos

Metodología de Enseñanza

Deberá resultar de la propia dinámica de los objetivos de estudio, tratados desde el punto de vista semiótico. Siendo el curso de naturaleza interdisciplinar (intersemiótica) la metodología deberá gestarse de distintas maneras:

- En cada disciplina a través del contínuo cambio de funciones e informaciones entre el profesor y el alumno;
- Entre las disciplinas a través del diálogo mantenido por cambios de información inter-grupos y participaciones eventuales de grupos de una disciplina en otras;
- Entre los núcleos, a través de transferencia de información e investigaciones de los núcleos entre sí en paneles integracionistas, favoreciendo la interdisciplinaridad con cursos de otros programas de la Universidad o de otras Universidades e Institutos.

Sistemas de Evaluación

La evaluación será contínua y múltiple considerándose seminarios, trabajos, investigación y participación.

El resultado de la evaluación será expresado en la siguiente escala:

NIVEL	NOTA	CONCEPTO
A	9.0 a 10.00	Excelente
B	8.0 a 8.9	Bueno
C	7.0 a 7.9	Regular
D	0 a 6.9	Insuficiente

Reglamento de graduación

La tesis de maestría o de doctorado deberá ser presentada por el alumno en un número de 12 ejemplares (maestría) y 15 ejemplares (doctorado), acompañando solicitud dirigida al Coordinador del Programa. El Jurado será compuesto por tres (maestría) y cinco (doctorado) examinadores con título de doctor, siendo el Tutor el que presidirá la sesión. La defensa será realizada en sesión pública. Será aprobado el candidato que obtenga promedio siete o superior a siete. La evaluación se hace sobre 10.

El otorgamiento del Grado será concedido al candidato que cumpla, además, las exigencias reglamentarias del programa:

- Completar el mínimo de créditos correspondientes a las actividades exigida;
- Demostrar dominio en una (maestría) o dos (doctorado) lenguas extranjeras, entre las previstas por el Programa;
- Ser aprobado en la defensa de la tesis de Maestría o Doctorado.

Niveles de estudio y tiempo de duración

Para la Maestría la duración mínima es de dos años y máximo de siete años. Para el Doctorado la duración mínima es de tres años y máxima de cinco años.

La asistencia es obligatoria con tolerancia de un máximo de 10 o/o de ausencia del total de horas previstas para el período lectivo semestral.

Formas de Financiamiento

El Programa vive, básicamente, con los recursos de la propia Universidad que, siendo particular y pobre, se sostiene con las mensualidades pagadas por sus alumnos. Además, el Programa cuenta con un apoyo federal para la infraestructura, biblioteca especializada, recursos audiovisuales, becas para los alumnos menos pudientes, etc.

Número de alumnos

Actualmente hay 148 alumnos matriculados en el nivel de Maestría y 11 en el nivel de doctorado. El Programa dispone de un riguroso sistema de evaluación en la fase inicial de su estructura curri-

cular. Con un proceso de selección riguroso y, naturalmente, autoselectivo, sólo un tercio de los alumnos llegan a la fase de tutoría. Como resultado hay 10 alumnos para cada profesor tutor. Hay una coordinadora del Programa, dos profesores a tiempo completo y tres a tiempo parcial.

Evaluación de la experiencia

Consideramos que hay tres elementos básicos en nuestro proyecto de definición de una identidad científica propia:

- a) La investigación de campo que conduce directamente a los procesos de emisión y recepción en sus propios campos de correlación y en el momento mismo de ser estructurados y probados.
- b) La investigación intercódigos que trabaja en la frontera de los sistemas de signos para obtener, en relación con todos ellos, el imprescindible distanciamiento crítico,
- c) La interacción dialéctica entre los sistemas de signos que nos permitirá, a partir de un ángulo metalingüístico, desarrollar un lenguaje más apto para abordar las relaciones jerárquicas que se establecen entre ellos, la red de sus funciones, las características convergentes y/o divergentes que se aproximan o apartan.

Tomando en consideración estos procedimientos básicos, podemos caracterizar nuestras investigaciones centrándolas en cuatro líneas básicas:

- a) **Sistemas intersemióticos:** codificación y decodificación y establecimiento de padrones de codificación y su correcta deecodificación verbal y no verbal en los sistemas de comunicación en general y, notoriamente, en los medios de comunicación masivos.
- b) **Educación y lenguaje:** estudio de la Interferencia del lenguaje verbal y no verbal en los procesos educacionales y de aprendizaje.
- c) **Lenguaje e Ideología:** estudio de los procesos de reflexión y refracción del lenguaje en los medios artísticos y de comunicación masiva en relación al sistema social.
- d) **Semiótica de los textos artísticos verbales y no verbales:** estudio de los procesos artísticos verbales y no verbales en cuanto a sistemas de transformación, renovación y traducción de lenguajes.

UNIVERSIDAD DE BRASILIA

Maestría en Comunicación

I. Objetivos

La formación de profesionales para el magisterio universitario, investigadores para el trabajo científico y profesionales de nivel elevado, tales como periodistas, especialistas en planeamiento de comunicación y asesores de comunicación social. Teniendo a la vista la vocación de la ciudad de Brasilia, el curso tiende a especializarse en el análisis del fenómeno del poder, en sus formas oficiales y marginales. Por tratarse de un programa de post-grado creado a partir de un programa de grado cuya historia se liga al "periodismo político", este enfoque también es visto en las áreas de concentración del programa a nivel de maestría.

II. Requisitos para la obtención del grado de Maestro

- 1) Aprobar un mínimo de 42 créditos en disciplina;
- 2) Presentar una disertación (10 créditos), es decir, un trabajo escrito que demuestre conocimiento de la literatura existente en el área del tema escogido, dominio de la metodología científica y capacidad de investigación y teorización.

Profesor Orientador

Cada alumno contará con la supervisión de un profesor orientador que dirigirá sus programas de estudio, lo asistirá en sus actividades escolares y en el encaminamiento de los trabajos relacionados con la disertación o tesis.

III. Requisitos de admisión

1. Título de grado en Comunicación, Ciencias Humanas u otra área de contenido afin, a criterio de la comisión de selección.
2. Capacidad de lectura en lengua extranjera (inglés o francés, de preferencia).
3. Aprobación del examen de ingreso y entrevista.
4. Condiciones para una dedicación a tiempo completo; si ello no es posible, se pueden presentar justificaciones.

Podrán ser admitidos como alumnos especiales personas que desearan cursar disciplinas aisladas, sin derecho a la obtención del Grado.

IV. Duración de la Maestría

Mínima: 2 períodos lectivos regulares

Máxima: 6 períodos lectivos regulares

V. Disciplinas del Curso

1. Área de concentración (24 créditos) Obligatorias:
 - Teorías de la Comunicación
 - Fundamentos de investigación en comunicaciones Electivas:
 - Comunicación y teorías de interpretación
 - Comunicación y estudios culturales
 - Seminario de investigación en comunicación
 - Perspectivas de investigación en comunicación
 - Sistemas de Comunicación en Brasil
 - Psicología de la Comunicación
 - Sociología de la Comunicación
 - Teorías de la cultura de masas
 - Comunicación y cultura brasilera

- Semiología y comunicación
- Estudios de comunicación en América Latina
- Comunicación y Teoría General de los Sistemas
- Políticas de Comunicación
- Planeamiento de la Comunicación
- Comunicación en Organizaciones Formales
- Comunicación Rural
- Técnicas de Comunicación
- Comunicación y procesos de cambio social
- Tópicos especiales de la Comunicación en Brasil
- Periodismo Político
- Coyuntura nacional y Comunicación
- Tópicos especiales sobre los medios de comunicación de masa
- Tópicos especiales sobre cultura.

2. Area de dominio conexo (o créditos) Obligatorias:

- Estudios de problemas brasileiros
- Electivas:
- Estudios regionales y comunidad
- Teorías sociológicas clásicas
- Teorías sociológicas contemporáneas
- Sociología del desarrollo
- Análisis de sistemas simbólicos
- Sociología urbana
- Sociología rural
- Sociología brasileña
- Semántica
- Sociología de la literatura
- Lógica del conocimiento científico
- Historia del pensamiento político en Brasil
- Historia de las ideas en Brasil
- Epistemología de la Psicología
- Psicología comunitaria

UNIVERSIDAD FEDERAL DE RIO

a) Orientación del Programa de Post-Grado. Objetivos básicos y función social que busca cumplir.

El Curso de Post-Grado en Comunicación de la UFRJ tiene como objetivo la formación de docentes universitarios, investigadores y especialistas en el área de comunicación social, conforme lo precisa el Estatuto de la UFRJ.

b) Area de especialización que atiende, problemática cubierta.

Las áreas específicas de Post-Grado en Comunicación son:

- 1) Sistemas de Comunicación
- 2) Sistemas de Significación;
- 3) Ciencia de la información.

Cada una de esas tres áreas de concentración mayor de conocimientos es profundizada en función de dominios conexos (ver el ítem d.1 para su explicación). En todos los casos fué privilegiado el campo de la reflexión teórica, que se considera esencial para eventuales desdoblamientos y aplicaciones prácticas.

c) Nivles de especialización. Grados y/o títulos

Se ofrecen en la ECO cursos en nivel de Magister, desde 1972, y de Doctorado, iniciado en este primer semestre de 1983: hasta ahora los Magisters en Comunicación continuaban sus estudios en la Facultad de Letras, teniendo la Ciencia de la Literatura (Teoría Literaria, Poética, Literatura Comparada) como área de concentración mayor en el Doctorado en Letras.

Está prevista la realización de cursos de especialización y de perfeccionamiento (unos y otros con 360 horas de duración), además de actividades de entrenamiento, de extensión universitaria y de postdoctorado. Tenemos programados para 1983/II un curso de extensión en ciencia de la información y un curso de Perfeccionamiento en Periodismo de Revista. Estos serán los primeros cursos de postgrado en sentido amplio ofrecidos por la ECO/UFRJ, recibiendo los que concluyen el certificado de aprovechamiento.

d) Forma de funcionamiento:

d.1 Estructura curricular

Para obtener el grado de Maestría en Comunicación en la Escuela de Comunicación el alumno deberá cursar:

- a. Cuatro disciplinas (o doce créditos) en el Area de Concentración Mayor;
- b. Dos disciplinas (o 6 créditos) en el Area de Dominio Conexo;
- c. Una disciplina (o 3 créditos) en el Area de Libre Escuela:

Las disciplinas obligatorias: Teoría y Técnicas de Investigación (3 créditos), Investigación en Comunicación (Seminarios 2 créditos), y Estudio de Problemas Brasileños (Seminario de 1 crédito). Cada crédito equivale a cuarenta y cinco horas de actividades y la Maestría exige esos 27 créditos y además los cuatro atribuidos a la tesis presentada hasta 3 años después de la matrícula inicial y aprobada por jurado examinador de tres miembros.

Para el grado de Doctor en Comunicación, duplícanse las exigencias mencionadas arriba, teniendo sin embargo en cuenta la vinculación de todas las actividades del alumno en su proyecto de investigación.

d.2 Metodología de enseñanza. Investigación.

En la Maestría se realizan clases teóricas y/o seminarios, según la naturaleza de la disciplina. Los Seminarios son, en la mayoría, para la presentación de los resultados de la investigación efectuadas. En el Doctorado todas las actividades, aún las eventuales clases teóricas, se vinculan al proyecto de investigación presentado por el alumno al ingresar al Curso.

En la evaluación del desempeño del alumno, se consideran tres factores:

- I. Frecuencia y participación activa en clase;
- II. Reseñas de las lecturas efectuadas;
- III. Un trabajo monográfico final.

Se atribuye al desempeño del alumno en cada disciplina un concepto literal: A, B, C, representan conceptos de aprobación decrecientes; D, de desaprobado; I, de trabajo incompleto, J, de abandono justificado en la disciplina. El alumno se puede inscribir en dos disciplinas por semestre (o 3, cuando es becado a tiempo integral). De cualquier forma deberá mantener un coeficiente de rendimiento escolar no inferior a B para permanecer en el Curso.

d.3 Recursos administrativos (académicos, técnicos y humanos), Número de profesores, número de alumnos, equipos.

Los recursos administrativos del Grupo de Post-Grado en la ECO son establecidos por la propia UFRJ. Las salas de aula son, al momento, tres: dos con capacidad para 15 alumnos (tamaño máximo de los grupos) y una con capacidad para acomodar dos grupos (para los Seminarios en general obligatorios); las clases son de dos horas y paralelamente una actividad de lectura.

La biblioteca especializada y de uso exclusivo del Post-Grado sumará a los 3,621 volúmenes los que sobre Ciencia de la Información aporta la biblioteca que sobre esta área será incorporada a la Maestría en Ciencia de la Información que viene siendo proporcionada por el IBICT - Instituto Brasileiro de Información en Ciencia y Tecnología, patrocinado por el Consejo Nacional de Investigación.

El personal, docente y administrativo, está constituido por funcionarios de la propia UFJR. Los profesores de Post-Grado son 27, siendo 15 Doctores (10 en Letras) y 12 Magisters.

Existe al momento 141 alumnos matriculados en la Maestría y 11 en Doctorado. En 1982 fueron aprobados sus tesis de Maestría (11 del sexo masculino y 10 del femenino). En sus 10 años lectivos, el Curso de Maestría en Comunicación de la ECO tuvo como resultado 158 tesis aprobadas y otros tantos Magisters.

d.4 Formas de financiamiento (nacional y/o internacional)

Todos los profesores y funcionarios administrativos pertenecen a los cuadros de la UFRJ, que tienen recursos financieros propios que constan del presupuesto de la República. Los alumnos pagan tarifas bajas (cuando no son becados del Ministerio de Educación y Cultura) y de la recaudación de esas tarifas la UFRJ emplea el 60 o/o en Post-Grado, para libros y gastos de mantenimiento. Hasta ahora no hubo otros recursos, nacionales o extranjeros.

d.5 Sistemas de selección y requisitos de ingreso.

El sistema de selección y los requisitos para ingresar son establecidos en la reglamentación de vigencia (Anexo 1).

d.6 Relación con otros Post-Grados y Escuelas de Comunicación.

La Maestría en Comunicación de la ECO mantiene intercambio con los Magisters en la Facultad de Letras (especialmente en las áreas de Literatura y de Lingüística).

Convenio recién firmado entre la UFRJ y el IBICT (Instituto Brasileiro de Información de Ciencia y Tecnología) contempla la incorporación de la Maestría de Ciencia de la Información en el IBICT (financiamiento por el CNPO) al Programa de Post-Grado de la ECO, como área de concentración mayor.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

a. Orientación del Programa de Post-Grado, Objetivos básicos y función social que busca cumplir.

Está integrado en la División de Estudios de Post-Grado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la que forma parte las especialidades de Administración Públicas, Ciencias Políticas, Sociología y Ciencias de la Comunicación.

El Post-Grado prepara a los alumnos para la docencia, la investigación o el trabajo profesional especializado buscando proporcionar profesionales críticos.

b. Area de especialización que atiende, problemática cubierta.

El curso tiene tres áreas de especialización:

1. Teoría
2. Metodología
3. Docencia.

c. Niveles de especialización, Grados y/o Títulos

Se otorga el Grado de Maestro en Ciencias de la Comunicación.

d. Forma de funcionamiento

d.1 Estructura Curricular

Está conformada sobre la base de tres Seminarios teórico-metodológicos (uno por semestre), tres Seminarios monográficos de Investigación (uno por semestre y optativos); un curso monográfico; un curso sobre sistematización de la enseñanza; Prácticas docentes; Investigación extraescolar y Tesis de Grado. Todo ello totaliza 70 créditos.

d.2 Metodología de enseñanza. Investigación

Sistemas de evaluación

La evaluación del trabajo académico del estudiante se realiza a través del seguimiento de un profesor tutor y el coordinador de la especialidad, todo ello aprobado por el Jefe de la División de Estudios Superiores.

Reglamento de Graduación

Para graduarse como Maestro en Ciencias de la Comunicación se requerirá de la presentación de una Tesis de Grado, que se constituye en una materia del Plan de Estudios y que tiene un valor de 14 créditos.

Niveles de Estudio y tiempo de duración.

La duración del curso es de cuatro semestres.

d.4 Formas de financiamiento

El curso de Post-Grado es financiado a través de la propia Universidad, que cuenta con un subsidio proporcionado por el gobierno federal.

d.5 Sistemas de selección y requisitos de ingreso.

Los requisitos para ingresar al Post-Grado son los siguientes:

1. Título profesional, o carta de pasante de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.
Licenciatura o Grado equivalente en carrera distinta.
2. Examen de clasificación (a excepción de graduados o pasantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales), y presentación de Currículum Vitae.

3. Certificado de conocimiento de dos idiomas extranjeros (comprensión de lectura).

d.6 Relación con otros Post-Grados y Escuelas de Comunicación.

Se le permite a los aspirantes a la Maestría cubrir sus créditos en otras Facultades de la UNAM u otras instituciones nacionales o extranjeras. Existe relación con Centros de Investigación y se busca la fórmula para establecer relación más estrecha entre éstos y las Tesis de Grado de los alumnos.

e. Vinculación entre el Pre-Grado y el Post-Grado.

No hay vinculación entre ellos.

f. Proyección del Post-Grado a la comunidad.

La vinculación con la comunidad se da a través de la publicación de trabajos de investigación y de la docencia.

g. Evaluación crítica global de su experiencia.

El Post-Grado existe desde 1978, aunque la experiencia es aún limitada. Existe un alto porcentaje de aspirantes de América Latina y sobre todo de Centroamérica. Se cuenta sólo con cuatro titulados. Tiene planteada una reformulación del Plan de Estudios para adecuar el curso a la realidad del país.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, MEXICO

Departamento de Comunicaciones

a. Orientación del Programa de Post-Grado, Objetivos específicos y función social que busca cumplir.

La Maestría en Comunicación Social de la Universidad Iberoamericana se propone preparar personal especializado que pueda:

1. Investigar y analizar críticamente los sistemas actuales de comunicación colectiva y las estructuras de comunicación institucional, grupal e interpersonal.
2. Administrar y utilizar con eficiencia dichos sistemas de comunicación social orientándolos hacia la solución de problemas sociales (v. gr. demográficos, políticos, educativos, etc.) e institucionales (informativos, motivacionales, etc.).
3. Difundir a través de la docencia y las publicaciones, los conocimientos y experiencias adquiridas en la investigación y la praxis de la comunicación.

b. Area de especialización que atiende Problemática cubierta.

El Post-Grado especializa a sus estudiantes en:

- Investigación
- Docencia
- Planificación o Coordinación de proyectos de desarrollo.

c. Forma de funcionamiento

Estructura curricular

Está organizada de la siguiente manera:

1. Materias obligatorias (32 créditos), como por ejemplo:
Técnicas de investigación en comunicación, Temas selectos de filosofía de la comunicación, Comunicación social y desarrollo cultural, Técnicas docentes y Modelos de desarrollo y estrategias de comunicación.
2. Materias optativas de especialidad (22 créditos), que el alumno podrá elegir, de una lista que publica el Departamento.
3. Otras materias optativas (16 créditos), que pueden ser elegidas por el mismo Post-Grado y otros.
4. Opción terminal (20 créditos). Ello se elegirá de acuerdo a la especialidad del candidato. Las opciones son las siguientes:
 - a. Investigación bibliográfica de revisión crítica y personal.
 - b. Investigación práctica de campo o experimental.
 - c. Informe crítico de un período supervisado de prácticas, que incluya un sólido marco teórico y conclusiones pertinentes.
 - d. Publicación de un libro que contribuya a la docencia o divulgación seria en el campo, y defensa por el candidato de su base teórica.
 - e. Publicación de un conjunto de artículos en revistas debidamente acreditadas, que equivalga en esfuerzo y calidad a las opciones terminales anteriores.

Cada estudiante tendrá un Asesor Académico.

c.1 Recursos Administrativos (Académicos, Técnicos y humanos)

Los recursos son muy limitados. Sólo hay 1 profesor a tiempo completo.

c.2 Sistema de selección y requisitos de ingreso.

Son los siguientes:

1. Poseer Licencia Universitaria, o su equivalente, no necesariamente en el área de comunicaciones. Se estudiará el expediente del candidato para ver si requiere de tomar algunos cursos adicionales a nivel de licenciatura.
2. Leer y comprender oralmente el idioma inglés.
3. Documento que explicita el interés en la Maestría, en términos de expectativas académicas y perspectivas profesionales futuras.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL e INSTITUTO DE
INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACION (ININCO), CARACAS

a. Orientación del Programa de Post-Grado. Objetivos básicos y función social que busca cumplir.

La Maestría en Políticas y Planificación de la Comunicación Social Latinoamericana fué el resultado de la fusión de dos proyectos separados, ambos pertenecientes a la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela: el de la Escuela de Comunicación Social y del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO).

La Maestría tiene como objetivos específicos:

1. La formación de profesionales identificados con la realidad nacional concientes de la necesidad de su transformación e imbuídos de enfoques y contenidos críticos.
2. Formar especialistas en Políticas y Planificación de la Comunicación Social capaces de aplicar los conocimientos teóricos, prácticos y metodológicos a los problemas venezolanos y latinoamericanos estimulando la investigación tendiente a la toma de decisiones a nivel regional nacional y local.

b. Areas de especialización que atiende problemática cubierta.

Las áreas que se cubren son las siguientes:

- Planificación y análisis de modelos ideológicos.
- Legislación en Comunicación.
- Estructura de los medios de Radiodifusión.
- Políticas culturales.
- Comunicación alternativa.
- Planificación de la comunicación en América Latina.
- Formación de Recursos Humanos en Comunicaciones
- Planificación cultural y Petróleo.
- Psicología, Planificación y Comunicación.
- El modelo de Agencias de Publicidad.
- Crisis energéticas, papel de las Transnacionales de la Información.
- Comunicación, participación y Nueva Democracia.

c. Niveles de especialización, Grados y/o Títulos.

El curso de Post-Grado otorga el título de Magister en Comunicación Social. Mención: Políticas y Planificación de la Comunicación Social Latinoamericana.

d. Formas de Funcionamiento.

d.1 Estructura curricular

El estudiante deberá aprobar 48 créditos (40 obligatorios y 8 en relación al trabajo de grado).

En la estructura del Programa se contemplan los siguientes tipos de cursos:

1. Cursos de Metodología de Investigación y Estadística; para proporcionar instrumentos en el procesamiento e interpretación de datos.

2. Seminarios de Investigación; sobre áreas específicas de la Comunicación Social.
3. Cursos Sustantivos; estudio de principios y conocimientos generales con especial énfasis en la realidad regional y nacional.
4. Cursos de aplicación; técnicas desarrolladas en el campo de la investigación y el estudio de la comunicación social orientada al diagnóstico y soluciones de problemas de carácter social.
5. Foros y Conferencias.

d.2 Metodología de enseñanza. Investigación

Sistemas de evaluación

Se lleva a cabo en base a trabajos monográficos, proyectos y exposiciones que realicen los alumnos. Cada profesor se responsabiliza de su ejecución en cursos y seminarios. La escala de calificación es de 020 puntos. La asistencia a todos los cursos será obligatoria, en un porcentaje mínimo de 85 o/o.

Reglamento de graduación

La Tesis de Grado se elaborará en torno a un tema específico de libre elección, bajo la responsabilidad de un profesor idóneo.

Niveles de estudio y tiempo de duración

El curso tiene una duración de cuatro semestres de catorce semanas cada uno. Sólo se aceptan 30 alumnos cada semestre.

d.3 Recursos administrativos (académicos, técnicos y humanos)

Los recursos que se emplean son distintos de los recursos ordinarios de ambas instituciones. En lo relativo a locales y docentes, cada institución los asigna de manera exclusiva. Se contratan profesores extranjeros para el dictado de una serie de asignaturas. Se cuenta con el soporte de la Comisión Permanente de Comunicación Social del Consejo Nacional de Universidades. Se utilizan Bibliotecas de diversas instituciones: de la Escuela de Comunicación Social, del Colegio Nacional de Periodistas, del ININCO, de la Universidad Central de Venezuela, y la del Sistema Nacional de Bibliotecas.

d.4 Formas de financiamiento

El costo de la Maestría es cubierto por el pago de pensiones.

d.5 Sistemas de Selección y requisitos de ingreso.

Los requisitos son los siguientes:

1. Poseer el título de Licenciado en Comunicación Social, o en disciplinas afines, como Psicología, Educación, Filosofía o Economía.
2. Presentar Currículum Vitae y copia certificada de las asignaturas cursadas y sus calificaciones.
3. Tener dominio instrumental del inglés o francés.
4. Entrevista personal con la Comisión de Estudio de credenciales.
Tendrán preferencia los candidatos graduados en Comunicación Social.

e. Evaluación crítica global de su experiencia

Las dificultades más importantes han sido:

1. El desnivel existente en la formación de los alumnos, lo que hace pensar en la conveniencia de un curso de nivelación.
2. Exceso de materias y de exigencia académica.
3. Exceso de evaluaciones.
4. Ausencia de problemas específicamente venezolanos en la mayoría de materias.

5. Escaso aprovechamiento de los profesores extranjeros invitados.
6. Excesivo peso de algunas materias con poca relación con la planificación de políticas.
7. Falta de orientación precisa para la Tesis de Grados e inexistencia de un proyecto de investigación directamente vinculado a la Maestría.

Se ha logrado:

1. Crear una conciencia sobre la necesidad de estos cursos de Post-Grado y se estudia la posibilidad de implementar el Doctorado. Además se están diseñando nuevos cursos.
2. Las tesis terminadas y en proceso de realización expresan un esfuerzo de reflexión sobre los problemas comunicacionales.

UNIVERSIDAD DE LA PLATA – ARGENTINA

Poseía un Doctorado vigente hasta 1982. La Universidad dictó una nueva ordenanza para Magisteratura y Doctorado. Por lo tanto se deberá presentar un nuevo proyecto. Hay muchas trabas dada la dependencia de las Universidades Nacionales con el Ministerio de Educación. En este momento no hay alumnos matriculados en el Post-Grado, salvo 2 alumnos extranjeros.

UNIVERSIDAD DE CHILE

OBJETIVOS

Ofrecer la oportunidad de profundizar en el estudio y conocimientos de las ciencias y técnicas de la Comunicación Social. Todo ello sobre la base de los estudios sistemáticos planteados en el pregrado.

Tiene también los siguientes objetivos específicos:

- Formación avanzada en determinados campos de la teoría y los métodos de las ciencias y las técnicas de la comunicación social.
- Estimar la capacidad de investigación, sobre la base del desarrollo de la creatividad en actividades tanto académicas como técnicas.
- Estudios más profundos sobre fenómenos de opinión pública y efectos de los medios de comunicación masivos.

AREAS DE ESPECIALIZACION

Investigación y creación para la participación de los egresados en proyectos de desarrollo en el ámbito nacional, con especial énfasis en los medios masivos: Prensa escrita, televisión, radio y cine.

NIVELES DE ESPECIALIZACION

Se ha considerado una estructura piramidal de Licenciatura, magistratura y doctorado.

FORMA DE FUNCIONAMIENTO

Estructura Curricular

El plan de estudios comprende cursos obligatorios y cursos o seminarios electivos así como la elaboración de una Tesis de grado.

Todo ello organizado sobre la base de tres asignaturas obligatorias:

- Niveles de Teoría de la Comunicación.
- Niveles de semiología.
- Niveles de métodos de investigación.

Estas tres asignaturas se dictan en dos semestres y son complementarias. Además de estas asignaturas existen los siguientes seminarios electivos:

- Política y relaciones internacionales.
- Información internacional y comunicación I y II
- Comunicación y relaciones internacionales
- Comunicación organizacional
- Sistemas nacionales y políticas de comunicación.
- Análisis de contenido.
- Comunicación y arte.
- Comunicación y filosofía.
- Comunicación y teleducación.
- Comunicación y Educación.

- Comunicación no Verbal.
- Comunicación y relaciones públicas.

Estrategias y etapas en la implementación de innovaciones.

Metodología de enseñanza

La metodología de la enseñanza que se aplica involucra la mas alta participación de los alumnos mediante exposiciones, simulaciones, trabajo en torno a problemas concretos, etc.

Los seminarios se constituyen en verdaderos talleres y por ello tienen un mayor creditaje y mayor exigencia de asistencia.

La investigación es uno de los pilares centrales en términos de objetivo y realización.

En cuanto a la producción, no se puede ofrecer equipos justamente por falta de recursos y cada alumno o grupo de alumnos, creativamente, debe buscar la manera de realizar la producción.

Sistemas de Evaluación

No mencionan los sistemas de evaluación de los cursos obligatorios y seminarios, por lo cual se puede deducir de que estos deben ser los convencionales, reglamento de graduación.

Una vez aprobada la tesis, debe rendirse un examen de grado, oral que consiste en la exposición de la tesis. Quien apruebe este examen obtendrá el grado de magister en Comunicación Social.

Niveles de estudio y tiempo de duración

Existe la obligación de llevar 180 créditos y no hay un tiempo determinado para realizarlo. Hay si cursos obligatorios y electivos que son necesariamente acumulativos. El programa tiene un régimen semestral y flexible. Tiene una duración de 2 años. La duración mínima es de cuatro semestres y la máxima de 10 semestres correlativos.

Recursos Administrativos.

La falta de recursos académicos técnicos y humanos es un problema notorio. El instrumental técnico que se usa es mínimo insuficiente, pero se usa adecuadamente. Los alumnos deben proveer-se de sus equipos y material para las producciones.

No se menciona la cantidad ni la forma de permanencia de los profesores en el programa de magister.

Hay un manejo de documentación y bibliografía mínima por falta de recursos.

Formas de Financiamiento

No figura mayor información al respecto. Se desconoce si existe algún tipo de becas ya sea interno o externo. Aparentemente todo el programa funciona exclusivamente sobre la base de la matrícula y pensión de los estudiantes.

Sistemas de selección y requisitos de ingreso

Podrán optar al programa, quienes poseen un grado o título universitario o conferido en el área de ciencias y técnicas de la comunicación, en universidades nacionales o extranjeras, y quienes estén en los casos señalados por la reglamentación general sobre magistraturas de las facultades de Filosofía, Humanidades y Educación.

Los postulantes con la excepción de los que acrediten poseer el grado de Licenciado en Comunicación Social o el Título de periodista, otorgados por la Universidad de Chile, deberán además rendir satisfactoriamente un examen, que versará sobre conocimientos en el campo de las ciencias y técnicas de la comunicación. Se exigirá una prueba de dominio de un idioma, sea inglés o Francés.

Vinculación entre el pre-grado y el post-grado

Se mencionan por lo menos dos formas orgánicas de vinculación. La primera de ellas se refiere al

hecho de que los profesores, (alguno de ellos) dedican parte de su tiempo al trabajo en el Pre-grado.

La segunda vinculación es curricular. En realidad el Post-Grado parte de la base de los cursos propuestos en el pre-grado y los profundiza.

Proyección del Post-Grado a la comunidad.

Dentro del rubro área de Especialización se ha mencionado que esta Universidad fomenta la investigación y la creación para la participación de los egresados en proyectos de desarrollo en el ámbito nacional. Con esta tendencia, se está fomentando asimismo que especialistas en otras áreas como, salud educación, economía, puedan tener acceso a este post-grado en comunicación y de allí proyectarlo en su propia área de especialización.

Evaluación Crítica global de su experiencia

En la medida de que ésta es una experiencia reciente (Segundo semestre del 82) no están aún en condiciones de evaluar sus resultados.

Es, sin embargo, importante señalar que este Curso de Post-grado, por la falta de recursos técnicos y de financiamiento debe todavía dársele un plazo prudente para su evaluación.

RECOMENDACIONES FINALES

A lo largo de tres días el simposio recibió cada uno de los informes presentados por las diversas Universidades asistentes, y a la luz de la problemática común que éstas poseen los que debatiendo.

El simposio Latinoamericano de Estudios de Post-Grado en Comunicación Social, en su último día de sesiones se reunió en 3 comisiones, que establecen en sus acuerdos una serie de recomendaciones:

Comisión: Relación Post-Grado — Sociedad

Esta Comisión se ocupó de tres temas:

1. ¿Por qué y para qué un Post-Grado?
2. Areas de investigación.
3. Objeto — métodos de investigación.

1. Para responder la Pregunta de ¿por qué y para qué un Post-Grado, se planteó otra interrogante: ¿Qué tipo de Post-Grado se necesita actualmente en América Latina?

Se constató el hecho de que el Pre-Grado no alcanza a cubrir un ámbito de reflexión crítica indispensable para impulsar el desarrollo de la investigación en comunicaciones. La formación académica en el Pre-Grado se confunde con las propias técnicas de ejercicio del poder. El Post-Grado debe buscar separarse de ello. Debe cubrir un campo de reflexión que aborde los aspectos políticos de la comunicación, los problemas de la información, que constituyen el tejido orgánico de la sociedad y del poder.

Los Pre-Grados no pueden atender, como objeto de investigación, la problemática social de América Latina. El interés de los Post-Grados deberá ser abordarla. Es posible convertir a los Post-Grados en una forma de inserción social a través de la Investigación. Para ello es necesario establecer una po-

Ética de Investigación.

El Post-grado, sin embargo, no puede abocarse a suplir las fallas del Pre-Grado. Su situación nos habla en general de la estructura de la Universidad en América Latina, desde el punto de vista global sobre el aprendizaje y proceso de conocimiento en el hombre. El Pre-Grado parte además de estudiantes que tienen que insertarse en una realidad, en un mercado profesional determinado. Es necesario equilibrar las demandas sociales generales con las profesionales, empresariales. En éstas últimas está la marca de la estructura social de nuestros países.

Tampoco deben confundirse los cursos de Post-Grado con cursos de actualización profesional, que pudieran cumplir una función académica dependiente del Post-Grado.

El Post-Grado debe producir investigadores, y permitirles a éstos, un ejercicio crítico de sus propios trabajos. Canalizar adecuadamente el trabajo de investigación y al interior de los cursos de modo que desemboquen en Tesis de Maestría y/o Doctorado.

Realizar investigaciones estrechamente involucradas a la práctica, de modo de lograr la articulación entre investigación y producción, pero teniendo en cuenta que hay aspectos diversos, y que toda investigación no finaliza necesariamente en producción.

Canalizar trabajos de investigación orientados al examen de experiencias comunicativas concretas, dejando de lado posturas generalistas y denuncias globales.

2. Es necesario realizar un diagnóstico de la Investigación y de las necesidades de su extensión para no hacer esfuerzos irrelevantes. Se trata además de ir eliminando el individualismo y trabajar en proyectos colectivos. Las áreas en las cuales se emprenda la investigación deben enfocar las necesidades de comunicación en América Latina, responder a los retos que la propia realidad nos esté planteando.

Para ello, los Post-Grados deben demarcar áreas y establecer prioridades investigativas. Deberán ser sumamente creativos y suficientemente flexibles de acuerdo al énfasis que se otorgue, en la investigación o la producción.

Dados los comunes problemas que presentan los Post-Grados en términos de carencia de recursos, es sumamente importante establecer un contacto y colaboración entre las Universidades a fin de no repetir esfuerzos.

Dentro de las áreas que se propusieron, podemos mencionar:

a) La Cultura

Ha existido un paradigma de Emisor — Mensaje — Receptor, cuyo replanteo ha conducido a un nuevo planteamiento de cultura. El tema podría ser abordado tomando en cuenta dos líneas:

- La cultura, como instrumento de los medios masivos. La Industria Cultural. El discurso dominante.
- Las culturas populares alternativas. El discurso alternativo.

b) Comunicación y Poder. Comunicación y Democracia.

c) Estudios micro-sociales. Establecer un puente entre los estudios de comunicación y los estudios psicoanalíticos. Las nuevas relaciones sociales y las características de la personalidad urbana. Los problemas de la degradación del trabajo clásico y del exceso de información. Cómo la organización técnico-burocrático a través de la Información disloca el papel de la familia, y la desplaza. Los problemas del migrante ante la disolución de las estructuras de comunicación y su encuentro con la sociedad basada en la Información. Hay cambios sustantivos en las sociedades urbanas que conducen a la creación de nuevas necesidades. Se ha transformado la vida familiar, la personalidad, y el espacio.

3. Objeto — Método de Investigación.

¿Cómo debe abordarse la investigación en comunicaciones? Se trata de fenómenos relativamente nuevos en nuestras sociedades. Hay relaciones sociales nuevas de la Información, desde la producción de mensajes, hasta los efectos de estas relaciones.

En los Post-Grados no se va a estudiar más el periodismo o la publicidad, por ejemplo, sino los procesos de comunicación en la medida en que califican las relaciones sociales. Hay que priorizar la producción social y la circulación de sentido. La mayor parte de los discursos en nuestras sociedades están mediatizados por la Información, que se convierte hoy en día en una nueva forma política de gestar el espacio.

Este objeto, así definido, plantea nuevas exigencias sobre el método. Será interdisciplinar, no significando esto, partir de las disciplinas, sino del objeto-problema.

COMISION 2: OBJETIVOS Y ESTRUCTURA CURRICULAR

Se pueden establecer las siguientes consideraciones sobre la práctica curricular de los cursos de Post-Grado:

1. En muchos casos se trata de extensiones de Programas de Grado mal definidos y deficientemente estructurados.
2. Se apoyan en estructuras académicas y administrativas superadas.
3. No se definen con claridad los objetivos que deben guiar la marcha del Post-Grado.
4. La currícula suele fijarse apriorísticamente, con una sobrecarga teoricista dentro de criterios docentes tradicionales.
5. Por lo general, los cursos están descontextualizados de la propia realidad nacional y del marco latinoamericano.

De acuerdo a estas constataciones, se plantea hacer una reformulación radical de los cursos de Post-Grado en función de una fisonomía propia y diferenciada. Se tiene en cuenta, en primer término, la necesidad de que cada Post-Grado tenga sus propias características, en relación con la Universidad de origen y con el medio social en que se inserta. En virtud de esta caracterización, las propuestas generales son las siguientes:

1. La necesidad de precisar con la mayor claridad posible los objetivos y la orientación de cada PostGrado, sin que esto signifique una "camisa de fuerza" que impida una reformulación permanente de esos objetivos. Por el contrario se postula enfáticamente la idea de que "el cambio se hace al andar".

2. La necesidad de una clara diferenciación con las características del Pre-Grado, lo que no excluye retomar las orientaciones genéricas de éste en lo que se refiere a áreas o campos de especialidad, por ejemplo. Pero hay que desterrar la idea del Post-Grado como un espacio de actualización de conocimientos o "puesta al día" teórica.

3. La exigencia de superar los cursos y los contenidos definidos de antemano y, por tanto, la tendencia a las clases magistrales y expositivas. Atentan contra esta exigencia la sobreabundancia de materias que se repiten en algunas currícula, con cursos cuyos nombres y contenidos temáticos no se distinguen en nada de los cursos del Grado.

4. La investigación debe constituir la principal línea de articulación de la práctica de los Post-Grados y a ella deben orientarse los recursos humanos (profesores y alumnos), administrativos y económicos con que cuenta el Programa. Es en relación con las demandas del trabajo de investigación, y de acuerdo con los objetivos fijados, que la estructura curricular debe organizarse con la mayor flexibilidad posible.

5. En la investigación deben converger, también, las otras dos líneas centrales de la experiencia universitaria como son la docencia y la extensión. Por lo tanto, no se trata de postular una investigación desligada de la docencia y la extensión sino integrada con ellas.

6. Es absolutamente prioritario insertar el Post-Grado dentro de las realidades concretas del propio país y de América Latina. Por lo común, la tendencia academicista y generalista de los cursos los desvincula por completo del espacio social circundante. Por ello, latinamericanizar los Post-Grados resulta una necesidad imperiosa y ello debe estar presente en los objetivos, en la estructura curricular, en las investigaciones que se formulen y en toda la dinámica de los Post-Grados.

7. Por último, se recomienda concebir los Post-Grados como un lugar donde plantea la problemática de la comunicación en términos transformadores. Es decir, sin excluir las necesidades de profesionalización que el mercado de trabajo plantea, los Post-Grados deben atender a una formación especializada que esté en condiciones de actuar sobre la realidad comunicativa con el objeto de contribuir a su transformación. No es posible entender la comunicación en América Latina al margen de los imperativos del cambio social.

COMISION 3: FINANCIAMIENTO Y RELACIONES ENTRE PROGRAMA DE POST-GRADO

A partir de dos constataciones esenciales, esta comisión elaboró una serie de recomendaciones.

La primera constatación a la que se llegó por consenso y luego de haber escuchado los informes de los distintos programas de post-grado, es que se hace notorio el hecho de la falta de financiamiento. Esta falta de financiamiento es patente en cuanto que estos programas están basados en su tendencia a la investigación. En este sentido se llegó a la conclusión de que la tarea de investigación, tan vital para el desarrollo de la teoría de la comunicación en América Latina, tenía buenas posibilidades de lograrse en la medida en que los estudiantes y los profesores pudieran contar con el apoyo de fuentes de financiamiento que les permitiera contar con el mayor tiempo posible a esta tarea.

Un segundo punto, es el hecho de que existan ya algunas instituciones interuniversitarias creadas y que si bien la relación que ellas coordinan entre los investigadores en la comunicación en América Latina aún no es la óptima, no es recomendable en estas circunstancias crear nuevas organizaciones coordinadoras.

A continuación las recomendaciones:

1. Se recomienda a la UNESCO, la financiación para la creación de:
 - a) Un directorio de instituciones de apoyo para la investigación en comunicación social.
 - b) Un fondo para la compra de materiales, tanto escritos como audio-visuales.
 - c) Un directorio de recursos humanos de especialistas en la comunicación social.
2. Se recomienda a FELAFACS:
 - a) La creación de un grupo ad-hoc para la circulación de información entre las universidades que tienen programas de Post-Grado.
 - b) El diseño y la creación de un fondo para la adquisición de materiales impresos y audiovisuales y su circulación entre las universidades que tengan programas de Post-Grado.
 - c) Incluir en sus boletines información pertinente a eventos tesis y publicaciones relacionadas a los programas de Post-Grado.
3. Se recomienda a ALAIC:
 - Ampliar sus relaciones con investigadores vinculados a los programas de Post-Grado.
4. Se recomienda a los delegados presentes al primer simposio latinoamericano de estudios de Post-Grado en Comunicación Social:
 - a) Estudiar la posibilidad de intercambios bilaterales por considerarlos mas eficientes, en una primera instancia.
 - b) Buscar convenios y relaciones con instituciones no vinculadas a las universidades para aprovechar recursos humanos, técnicos y financieros.

ASISTENTES AL SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS DE POST-GRADO EN COMUNICACION SOCIAL:

I. UNIVERSIDADES QUE YA TIENEN POST-GRADOS EN FUNCIONAMIENTO:

I. Universidades que ya tienen Post-Grados en funcionamiento:

1. Universidad de Sao Paulo
Eduardo Peñuela
2. Universidad Católica de Sao Paulo
Lucrecia D'Alessio.
3. Instituto Metodista de Sao Paulo
Onésimo de Oliveira
4. Universidad de Brasilia
José Salomao David Amorín
5. Universidad Federal de Río
Muñiz Sobré de Araujo
6. UNAM - Universidad Nacional Autónoma de México
Florence Toussaint
7. Universidad Iberoamericana — México.
Pablo Cazares
8. Universidad Central de Venezuela
Adolfo Herrera
9. Universidad de Chile
Raúl Muñoz
10. Universidad de La Plata
Daniel Pabón.

* Nota:

La Universidad de Puerto Rico cuenta también con un curso de Post-Grado, pero no se pudo contar con su asistencia, debido a que la información solicitada llegó tardíamente.

II. Universidades que se hicieron presentes, pero que aún no tienen un Post-Grado

1. UAM - Xochimilco (Universidad Autónoma Metropolitana). México.
Javier Esteinou
2. ITESO (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, México)
Carlos Luna
3. Universidad Nacional de Panamá
Hipólito Donoso
4. Universidad Santa María La Antigua — Panamá
Ramón Jiménez
5. Universidad del Valle — Colombia
Jesús Martín
6. Universidad Javeriana — Colombia
Amparo Cadavid
7. Universidad Santa María de Arequipa — Perú
Edgard Soto

8. Universidad de Lima – Perú
Desiderio Blanco

III. Organismos internacionales

1. UNESCO
Nelly Camargo
2. FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social)
Walter Neyra
3. ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación)
Patricia Anzola
4. ININCO (Instituto Nacional de Investigación de la Comunicación) Venezuela
Elisabeth Safar
5. INTERCOM (Brasil)
Ana María Fadul
6. CIESPAL (Ecuador)
Juan Gargurevich
7. IPAL – Instituto para América Latina. Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional.
Rafael Roncagliolo
8. APEIC (Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación)
Luis Peirano
9. Fundación Konrad Adenauer
Horst Schoenbohm.

ANEXOS

Presentamos a continuación la información sobre la experiencia del TICOM (de la UAM Xochimilco), y de la propuesta de Post-Grado de la Universidad de Lima como anexos, presentada al Simposio.

**"EL TALLER DE INVESTIGACION PARA LA COMUNICACION MASIVA (TICOM),
DENTRO DE LA ESTRUCTURA DE LA CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA – XOCHIMILCO"**

1. FUNDAMENTACION TEORICA DE LA CARRERA

1.1 Ubicación Histórica

El perfil de la carrera de Comunicación Social se inscribe en la articulación de tres parámetros que condicionan históricamente su existencia:

- a) La realidad sociocultural de México.
- b) El proyecto educativo propuesto por la UAM -X.
- c) El estado actual de los estudios sobre comunicación.

La realidad sociocultural de México está marcada por fuertes contradicciones: algunas fuerzas sociales —expresión de poderosas minorías— pugnan por imponer y/o mantener su situación de privilegio; otras fuerzas intentan sacudir su condición de dominadas a fin de desarrollar proyectos que permitan la participación de sectores populares —que representan la inmensa mayoría— en la planificación y usufructo de los bienes sociales.

Estas contradicciones sociales tienen lugar en el marco de una situación de dependencia que da por resultado el control extranjero de aspectos fundamentales de la economía del país y la imposición de pautas contrarias a los valores de conjunto de la población, a la vez que destructores de la cultura nacional.

La segunda realidad sobre la que se dibuja la Carrera, es el proyecto universitario de la UAM—X, que a su vez debe ser observada en el conjunto del sistema educativo mexicano. El modelo que caracteriza a la UAM—X y por lo tanto el sustento pedagógico de la Carrera, postula la vinculación con lo real concreto definido por la realidad social circundante, como condición necesaria para la elaboración del conocimiento, a su vez, debe tener por colorario la búsqueda de soluciones a problemas vigentes, favorables a los intereses de las mayorías nacionales.

El perfil de la Carrera de Comunicación Social está concebido, pues, como un instrumento útil para poner en funcionamiento objetivos básicos planteados por el modelo educativo de la UAM—X que incluye la formación profesional, la producción. Estos objetivos se conciden como momentos de un único proceso que requiere estrecha vinculación entre sus componentes; la formación profesional, la investigación y la producción, solo se reconocen separadamente como necesidad descriptiva, pero en la práctica se integran como partes de un todo y el Perfil de la Carrera busca materializar esta integración.

La tercera coordenada se refiere al estado actual de los estudios de la comunicación social en el mundo, con especial atención a lo que acontece en América Latina. A partir de la realidad de la comunicación social existente en México, el perfil de la Carrera trata de reunir los elementos más idóneos para comprender, analizar y actuar sobre aquella realidad.

A partir de las coordenadas antes señaladas, la Carrera de Comunicación Social tiende a contribuir, desde su esfera de acción específica, a la formulación y ejecución de proyectos para la sociedad mexicana que no repitan necesariamente modelos ensayados en los países centrales y que solo servirían para reforzar la dependencia y reproducir la injusticia social. Por el contrario, se buscan formas originales surgidas de sus propias necesidades, de su propio proceso histórico cultural y que procuren liberar la capacidad creativa de los individuos, asegurando su participación de la sociedad en la que se incluyen.

1.2 Objeto de estudio

El objeto de estudio de la Carrera está constituido por fenómenos sociales reconocibles como procesos comunicativos, que se caracterizan por los siguientes rasgos: a) son ejercidos por agentes sociales productores de hechos materiales simbólicos, b) estos agentes actúan vinculados a otros, considerados colectivamente, c) la significación producida está ligada a la relación que establecen los agentes interactuante de acuerdo a determinadas condiciones históricas. El papel de los fenómenos comunicativos considerados, su valor en el conjunto de una formación social, depende de las condiciones y las formas sociales en que se verifican su producción, circulación y consumo.

Esta definición evita considerar a los fenómenos comunicativos como entidades aisladas, a la vez que niega la posibilidad de estudiar a los emisores y receptores sin considerar la función social que los interrelaciona. Igualmente se opone a identificar los mensajes como especies autónomas y absolutas

en los que no se reconocen condiciones históricas de producción.

En la actualidad, la estructura de gran parte de la llamada comunicación masiva refleja las características de la organización social vigente; las técnicas que utilizan y la práctica que realizan; los medios contribuyen a establecer formas de relación entre los agentes sociales que consolidan el papel dominante de los sectores hegemónicos. El objeto de estudio de la Carrera, por lo tanto, no se agota en las formas consagradas, sino que también toma en cuenta otras prácticas que se realizan con técnicas menos sofisticadas o que manifiestan una relación distinta entre los agentes que participan en el circuito comunicativo. Estas prácticas coinciden generalmente con las ejercidas por los sectores subalternos de la sociedad.

Un aspecto relevante del objeto de estudio de la Carrera —como alternativa de las formas verticales de comunicación— son las distintas realizaciones de comunicación participatoria, hacia la que se tiende como alternativa a la unidireccionalidad dominante.

Es preciso señalar que el papel ideológico de la comunicación social, interés que subyace en el enfoque del objeto de estudio, es entendido en el currículum de la Carrera como parte de la lucha social. Lo ideológico, en consecuencia, no es analizado como un componente agregado al fenómeno comunicativo, sino como resultante de la propia práctica que, como ya se ha señalado, se incarta en los conflictos que surgen de los antagonismos reconocidos en la sociedad.

2. METODOLOGIA DE ESTUDIO

El reconocimiento, análisis y comprensión de las prácticas sociales de la comunicación exige, desde una perspectiva totalizante, tres vías de abordaje:

- a) Las condiciones sociales en que se inscribe y las formas prácticas en que se ejercen a partir de esas condiciones.
- b) Los mecanismos individuales, de orden subjetivo, que participan en la emisión y recepción del mensaje.
- c) El funcionamiento específico de los lenguajes a través de los cuales se concretan los fenómenos comunicativos.

Las tres vertientes señaladas convergen en el estudio del hecho comunicativo, de forma tal que la significación del mismo sólo puede ser captada en la medida en que los tres niveles señalados se encuentren estrechamente vinculados.

2.1 Teoría y práctica

El plan de estudios y la implementación de la carrera presuponen a la teoría de la comunicación social y a la práctica que se realiza a través de determinadas tecnologías, como un fenómeno único. El estudio de diversas técnicas aplicables a la comunicación social se lleva a cabo a través de su conocimiento crítico; de esta manera la práctica comunicacional deberá surgir de ese análisis crítico. La unión de teoría y práctica presupone la necesidad de considerar a la técnica como un fenómeno histórico que responde a realidades sociales concretas y que, por lo tanto, comporta en sí misma concepciones precisas de la relación entre los agentes sociales.

De acuerdo a esta visión, el estudio de la comunicación social deviene un permanente proceso de investigación de la significación de los mensajes según las condiciones sociales en que se produce su circulación. En consecuencia, el plan de estudios aparece como un instrumento de formación de recursos humanos que respondan a las necesidades de una etapa histórica definida. Esto implica, en cada caso, determinar las condiciones de transformación del ejercicio profesional e insertar el currículum en una estrategia más amplia que viabilice en forma concreta el cumplimiento de los objetivos de la Carrera.

2.2 Ubicación en el sistema modular

El funcionamiento teórico en el que se sustenta la organización de la UAM—Xochimilco y su metodología educativa, proponen principios que orientan la participación y la acción de la Universidad en el cambio social a través de vínculos con los agentes sociales y los proyectos de transformación que persiguen modificar las condiciones de vida de las mayorías dominadas.

Esto se produce en las tres proposiciones básicas del sistema de enseñanza aprendizaje:

1. Vinculación del proceso de enseñanza-aprendizaje a problemáticas de la realidad socialmente definidas.
2. Definición de una metodología académica a partir de esta vinculación.
3. Modificación de la relación universidad-sociedad.

Para el logro de estas proposiciones se requiere una concepción integral de trabajo académico en tres grandes áreas.

1. La investigación como producción de conocimientos en función de objetivos sociales concretos.
2. La docencia como comunicación y confrontación práctica de los conocimientos.
3. La producción como la aplicación social de tales conocimientos.

La forma pedagógica que materializa los puntos anteriores, es el módulo. Este se define como un programa de trabajo que gira en torno a un problema de la realidad socialmente significativo y que es considerado por la Carrera como pertinente para ser incluido en el proceso de enseñanza aprendizaje.

El sistema modular es un proceso de enseñanza aprendizaje que integra el perfil de la Carrera a una forma de investigación de la realidad histórica social. De esta manera, la carrera se articula en torno a un eje central que permite la progresiva delimitación de los módulos, cuyo eje particular es determinado por un problema concreto de la realidad (problema-eje).

El sistema modular se compone de un eje general con objetivos específicos que se encaminan al logro del objetivo terminal de la carrera.

En cuanto a la selección de problemas susceptibles de ser incorporados al proceso de enseñanza-aprendizaje, la Carrera de Comunicación social debe tomar en consideración, además del criterio académico, las posibilidades de acción derivadas de los recursos disponibles, las necesidades de la comunidad y la coordinación con organismos del sector público y privado.

En la Carrera, el módulo es un programa estructurado de trabajo que lleva a la comprensión y a la acción sobre un problema concreto, mediante fases sucesivas de aproximación e integración de la realidad social. De esta manera, la docencia y la investigación pueden dejar de ser el resultado de acciones individuales de prestigio y autoridad y el servicio social se convierte en una actividad formativa y permanente.

3. OBJETIVOS

3.1 El perfil del Egresado

La carrera de Comunicación Social tiende a formar comunicadores que puedan elaborar políticas y estrategias de comunicación a partir de las realidades sociales vigentes en México y en función de proyectos de desarrollo que surjan de las necesidades e intereses de la mayoría, así como de valores que fomenten la cultura nacional.

El egresado de la Carrera, en consecuencia, deberá ser capaz de reconocer en cada circunstancia:

- a) Las características del bloque histórico dominante y el papel de los intelectuales en el seno del mismo.
- b) Las condiciones reales socioculturales de la comunidad en la que actuará.
- c) Las condiciones materiales a su alcance para producir un hecho comunicativo.
- d) Las técnicas y lenguajes adecuados a los objetivos trazados.

4. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

4.1 Primer nivel tronco general

4.1.1 Primer subnivel: Tronco interdivisional.

a) Objetivos:

Integrar en el alumno una noción clara de lo que es el conocimiento científico. Desarrollar su capacidad crítica y una visión interdisciplinaria de los problemas. Desplegar habilidades para la utilización de los elementos metodológicos, técnicas e instrumentales. Señalar las relaciones de la actividad científica con la sociedad.

b) Trimestres: 1

c) Unidades de enseñanza-aprendizaje:

Clave 300000	NOMBRE CONOCIMIENTO Y SOCIEDAD
	1. Proceso histórico de la ciencia
	2. Diferenciación de las ciencias.
	3. Introducción al proceso de investigación científica.

4.1.2 Segundo subnivel: Tronco Divisional

a) Objetivos:

Que el alumno obtenga una visión integrada de la realidad económica social y política del México actual y aplique los elementos teóricos y la información general al estudio de un problema específico del país integrado además, conocimiento de matemáticas aplicadas a las ciencias sociales, metodología y técnicas de investigación y redacción.

Que el alumno comprenda las características fundamentales del proceso histórico de América Latina y aplique su condición de sociedad dependiente insertada en el capitalismo mundial y la alternativa planteada por el socialismo.

b) Trimestre 2 (2 y 3)

c) Unidades de enseñanza-aprendizaje:

Clave 320000	NOMBRE HISTORIA Y SOCIEDAD
	1. Introducción al estudio de la historia
	2. Proceso histórico de la sociedad capitalista
	3. El capitalismo dependiente: América Latina
	4. Los problemas del capitalismo: La revolución soviética y la influencia del socialismo en América Latina.

320001	MEXICO: ECONOMIA, POLITICA Y SOCIEDAD
	1. El desarrollo del capitalismo en México

Se describe la estructura actual de este tronco, a reserva de las modificaciones que surjan del rediseño que se lleva a cabo actualmente en la División.

4.2 Segundo Nivel: Tronco de Carrera (Tronco Básico profesional)

Después de haber cursado los troncos interdivisional y Divisional, donde se adquiere una formación básica para enfrentar la problemática social, especialmente mexicana, en el Tronco de Carrera el alumno entra de lleno al estudio de los fenómenos de la comunicación social a través de diversas perspectivas de análisis que hacen posible su comprensión.

El tronco de carrera comienza situando al estudiante ante la necesidad de transcribir los fenómenos comunicativos que lo rodean, como formas de lenguajes insertos en una realidad social que reconoce prácticas dominantes y subalternas.

Después de haber establecido las bases de la aproximación sociológica, semiológica y psicológica y la interdependencia de las mismas, el conocimiento se vuelca a las formas concretas de los hechos comunicativos en México y las formas de control de la comunicación mundial.

Tanto la estructura de poder, como las características de los medios, son investigados en relación a los modelos sociales en los que se encuentran incluidos.

En un desarrollo que se asienta sobre los conocimientos elaborados en los módulos precedentes, el tronco de carrera analiza el valor de los lenguajes en relación a su lugar en la sociedad y del papel que juegan en la vida de los individuos que lo componen.

En la práctica, los seis módulos del Tronco de Carrera podrán agruparse entre bloques de dos cada uno:

El primer bloque (módulo TC/1 y TC/2) permitirá al alumno poseer los instrumentos teóricos y técnicos necesarios para abordar los fenómenos de la Comunicación Social. Estos módulos procuran familiarizar al estudiante con el objetivo central de la Carrera: la significación social de la Comunicación.

El segundo bloque (Módulos TC/3 y TC/4) tiende a mostrar cuales son las condiciones socio-económicas concretas en que se producen los fenómenos que son objeto de estudio de la Carrera, se pretende que el alumno tenga una clara visión de la estructura de poder de los medios masivos de comunicación; la relación entre los módulos de desarrollo económico-social y las prácticas comunicativas que le son inherentes.

El tercer bloque (TC/5 y TC/6) recupera los conocimientos elaborados en los bloques anteriores y a través de las formas mas complejas en que se muestran los hechos comunicativos, tiende a profundizar conocimientos referidos a la especificidad de los lenguajes y a desarrollar las posibilidades y experiencias existentes de subalternas como formas de acción social de las clases dominadas en la sociedad.

a) **Objetivos del Tronco De Carrera.**

Proporciona al estudiante de manera progresiva:

1. Los instrumentos básicos de abordaje de los problemas de la comunicación social.
2. Las formas de organizar esos instrumentos en relaciones cada vez mas complejas.
3. La posibilidad de ponerlas en funcionamiento a partir de comunicación con lenguajes específicos.

b) **Trimestres: Seis (T.C. IV, V, VI, VII, VIII y IX).**

c) **Unidades de enseñanza-aprendizaje:**

Clave
320121

NOMBRE
INTRODUCCION A LAS PRACTICAS SOCIALES
DE LA COMUNICACION (T.C. 1)
EDUCACION VISUAL I

Contenidos:

1. Definición de prácticas comunicativas y su significación.
2. Introducción a las diferentes modalidades del lenguaje.
3. Inserción social de la comunicación. Prácticas hegemónicas y subalternas. La comunicación participativa.
4. Diseño (áreas básicas) composición, materiales, cartelera, colleges.
5. Principales escuelas de diseño y pintura que influyen en México.
6. Fotografía. Manejo de cámara. Revelados e impresión. La fotografía en México.
7. Taller de escritura.

Clave
320125

NOMBRE
TEORIAS Y MODELOS DE LA COMUNICACION (T.C. 2)
EDUCACION VISUAL II Y ELEMENTOS DE EDUCACION SONORA

Contenidos:

1. El lugar social de la comunicación. La perspectiva materialista histórica. El enfoque funcionalista.

2. La perspectiva semiológica. Los aportes de la semántica para la comprensión de los mensajes comunicativos.
3. Fundamentos psicológicos. Los aportes de la psicología profunda. Los estudios conductistas y su relación con el funcionalismo.
4. La teoría matemática de la información como elemento que colabora a comprender la crítica sociológica. Las teorías cibernéticas.
6. La ideología en los fenómenos comunicativos. Función del estado.
6. La fotografía (área básica) cámara, formatos y lentes. La Luz. Exposímetros.
7. Diseño. Cartel. Collage.
8. Sonido, Música, secuencias sonoras.
9. Audiovisual.
10. Taller de Escritura II.

Clave
320129

Nombre
PODER Y PRACTICA DE LA COMUNICACION (T.C. 3)
EXPRESION ESCRITA

Contenidos:

1. Estructura de poder de los medios masivos de comunicación. El poder transnacional. El poder en México.
2. Legislación sobre comunicación. El debate internacional. La legislación en México.
3. Los medios gráficos.
4. El papel social de la publicidad.
5. El material gráfico. Editoriales y sus diversos productos.
6. Periodismo. Las diversas formas de escritura.
7. Guionismo didáctico, Dramaturgia.

Clave
320133

NOMBRE
MODELOS DE DESARROLLO Y PRACTICA DE LA COMUNICACION
(T.C. 4)
PRODUCCION DE RADIO

Contenido:

1. Modelos de desarrollo y prácticas comunicativas.
2. Estado y sociedad. Dependencia y dominación cultural.
3. El papel de la radio en la sociedad mexicana
4. Las técnicas radiales.
5. Periodismo y dramatización radiofónica.

Clave
320137

NOMBRE
MEDIOS AUDIOVISUALES I (T.C. 5)
TELEVISION

Contenidos:

1. Diversos usos de los medios audiovisuales.
2. Similitudes y diferencias de los medios audiovisuales.
3. Especificidad de la televisión, nuevas tecnologías y su impacto social.
4. El papel socio-cultural de la T.V.

5. Elementos básicos de la técnica televisiva. Uso de equipos.
6. Lenguaje audiovisual (cine y T.V.) Encuadres, movimientos, cámara lenta.
7. Montaje y narración audiovisual
8. Análisis de imágenes.

Clave
320142

NOMBRE
MEDIOS AUDIOVISUALES II (T.C. 6)

Contenidos:

1. Posibilidades y experiencias de prácticas subalternas.
2. La significación de las representaciones dramáticas (teatro, danza, rituales).
3. El discurso cinematográfico como síntesis de lenguajes.
4. El cine en México y América Latina. Su originalidad, influencias recibidas.
5. Elementos básicos de técnicas cinematográficas (uso de equipo).
6. Selección de un problema y su resolución visual.
7. Cine documental.
8. Problemas de realización. Técnica y contenido. Expresión de ideas.

Lenguaje Audiovisual.

4.3 Tercer Nivel: Area de concentración.

Objetivos generales:

Construye la fase terminal y culminante de la preparación profesional. En este período se ponen a prueba los instrumentos de análisis y conocimientos propuestos por los módulos anteriores y se elabora un nuevo conocimiento que requiere necesariamente la integración de las aproximaciones parciales efectuadas en los dos primeros niveles y de nuevas aproximaciones e instrumentos teóricos y técnicos.

El área de concentración cubre las siguientes etapas:

1. Elaboración y presentación del proyecto de investigación y proposición de medios adecuados a la realización del discurso final.
2. Desarrollo de la investigación y práctica sobre el o los medios seleccionados.
3. Evaluación de los resultados de la investigación y elaboración del producto (discurso) final.
4. Evaluación del funcionamiento del producto comunicativo final.

La duración es de tres trimestres.

UNIVERSIDAD DE LIMA
ANTE-PROYECTO DE POST-GRADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

1. FUNDAMENTACION

Desde la óptica de nuestro propio quehacer y en medio del avance de la tecnología y la creciente complejidad de las estructuras de los mensajes es donde ha surgido la necesidad de comprensión teórica y de soluciones prácticas a los fenómenos comunicativos.

En nuestro medio, la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, tuvo un importante papel en el trazado del camino. Hoy se multiplican los elementos y experiencias que diseñan y estructuran, aunque en forma brumosa todavía, un campo de trabajo para profesionales (de alta especialización). Justamente, tal necesidad ha de ser cubierta con la implementación del Post-grado. Así las experiencias académicas e investigatorias derivadas de la especialidad, junto con las de producción en el campo de los medios, se constituyen en hitos o puntos de partida para pensar en la formación de profesionales que posean una visión conjunta de la problemática comunicativa y dispongan de conocimientos suficientes para enfrentar la tarea del planteamiento, dirección y decisión en la Investigación y Producción el área.

II. OBJETIVOS

La Universidad de Lima, después de once años de trabajo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación ha venido superando etapas y perfilando distintas áreas de especialización. El diseño de la Facultad se asentó académicamente con comprensibles limitaciones en el campo teórico y de la investigación. A partir de esta realidad y ante la creciente demanda de egresados y especialistas de otros Centro de Estudios Superiores en el área de las Ciencias humanas, es que propusieron la creación de un Post-Grado en Ciencias de la Comunicación, orientado a otorgar la Maestría en la Especialidad. Con la cristalización de este post-grado cubren el objetivo de satisfacer una demanda en el medio, responden a las necesidades de un mercado profesional que exige mayores niveles de especialización ante las mayores y más sofisticadas formas que adquiere la comunicación en la actualidad.

Con ello, intentan abordar ciertos espacios que se vinculan con la temática comunicativa, tratando de articular medios, lenguajes y mensajes con el contexto social en que se inscriben. Esto implica la búsqueda de respuestas originales a los actuales requerimientos del desarrollo de nuestra sociedad.

III. AREAS DE ESPECIALIZACION Y PROBLEMATICA PROPUESTA.

El Post-grado se estructura en dos partes diferenciadas. La primera corresponde a los cursos básicos, y la segunda a los Seminarios de Investigación. Los cursos básicos están pensados para proporcionar una nivelación teórica entre los alumnos, así como una sólida preparación y una base epistemológica y metodológica que les permita iniciarse en los Seminarios de Investigación. Estos últimos constituyen la columna vertebral del Post-grado y, es en ellos donde los estudiantes discutirán y profundizarán conocimientos teóricos en las cuatro áreas diseñadas.

1. Cursos Básicos

Los cursos básicos ofrecen un repertorio de materias que cubren los siguientes campos de Epistemología de la Comunicación; Problemática de La Investigación en Comunicaciones; Psicoanálisis y Comunicación Social; Ideología y Comunicación Política; Economía y Comunicación en América Latina; Cultura Popular, y Semiótica de la Comunicación.

De acuerdo a lo anterior, estas materias han de cubrir posibles brechas entre los estudiantes que ingresan al Post-grado. Pero su sentido fundamental, es el de entregar un instrumental teórico, base para un adecuado rendimiento en los Seminarios de Investigación.

2. Seminarios de Investigación

El trabajo de los Seminarios serán realizados en forma colectiva y personal al mismo tiempo, dado el número reducido de estudiantes y la propuesta de cuatro líneas o Seminarios que cubran de manera más o menos exhaustiva el espacio de la comunicación y los medios. Las tareas se realizarán en términos de discusión bibliográfica constante, lo cual tomará la forma de "papers" o pequeños trabajos preparados para el debate de los temas. Estos, además de vincularse con la propuesta general del Seminario, tendrán relación directa con los proyectos de Investigación de cada estudiante.

Los Seminarios bosquejados son los siguientes: El relato, la Ficción, y el espectáculo; la Información y la propaganda; El Análisis publicitario; La Educación.

En los Seminarios, entonces, está el lugar donde los proyectos de cada alumno serán debatidos a la luz de las teorías propuestas. Allí se sugerirán los métodos de Investigación más adecuados y se discutirán las aplicaciones prácticas requeridas.

En relación a los Seminarios de Investigación, cabe hacer dos puntualizaciones. La primera es que se trata de cuatro campos o áreas que abarcan casi la totalidad del universo de los medios de comunicación, principalmente los llamados macro y meso medios, con lo cual, vinculamos, tal como lo señalamos en el punto concerniente a la orientación del Post-grado, medios, lenguajes y mensajes, sin descuidar la trama que los une a los procesos sociales. La segunda puntualización es que la implementación de estos Seminarios no atiende exclusivamente a las necesidades de una propuesta teórico-metodológica en las áreas señaladas, sino que incluye la posibilidad de aplicaciones prácticas haciendo uso de la infraestructura técnica del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación.

Por último, hay un punto común a las dos partes del Programa: se trata de una propuesta arraigada en la problemática del Perú y de América Latina. Tanto los cursos básicos como los Seminarios de Investigación tendrán como referente fundamental las cuestiones que afectan los fenómenos de la comunicación a través de los medios, en el ámbito nacional y regional.

IV. REQUISITOS PARA EL INGRESO AL POST-GRADO

El ingreso se llevará a cabo mediante un sistema de selección establecido por una Comisión de Ingreso, de acuerdo a los requisitos siguientes:

1. Tener Licenciatura en Comunicaciones o disciplinas afines. Se aceptaría también Licenciados que, no perteneciendo a una disciplina afin, se hayan venido desempeñando profesionalmente en el área de comunicaciones.
2. Poseer, al menos, 2 años de experiencia de trabajo profesional, posterior a la obtención de la Licenciatura.
3. Presentar un Proyecto de Investigación en el área de Comunicaciones que demuestre la calidad profesional del postulante, el cual será sometido a consideración de la Comisión de Ingreso.

El Proyecto será evaluado en términos de sus posibilidades de realización dentro de las áreas temáticas planteadas en los Seminarios de Investigación.

4. Entrevista personal con la Comisión de Ingreso a fin de que el postulante sustente su Proyecto de Investigación y se somete a las preguntas correspondientes.
5. Tener conocimiento suficiente del idioma inglés o francés, debiendo demostrar su manejo en términos de lectura y comprensión.
6. Adjuntar un expediente conteniendo los Certificados de Estudios Universitarios, Grados o Títulos; y la Tesis y Trabajos de Investigación realizados y publicados.
7. La dedicación del estudiante será exclusiva y con asistencia obligatoria.

V. PLAN DE FUNCIONAMIENTO DE POST-GRADO

1. Duración

Tendrá una duración de 4 semestres académicos. No habrá ingreso semestral, ni anual. Finalizado el Cuarto Semestre de cada Promoción se convocará a un siguiente proceso de selección.

2. Número de Alumnos

La Universidad de Lima, a través de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, estará en condiciones de recibir un máximo de 25 alumnos a fin de garantizar los niveles de especialización y dedicación previstos.

3. Estructura Curricular

Cursos Básicos

A fin de permitir y facilitar un alto rendimiento de los alumnos del Post-Grado, se ofrecerá un paquete de asignaturas para todos los alumnos, independientemente de su área de especialización. Se espera a través de ello proporcionar un conjunto de materias que consideramos indispensables, teniendo en cuenta que los ingresantes pueden provenir de distintas profesiones y/o Centros Universitarios.

Estas asignaturas serán ofrecidas a lo largo del I y II Semestre.

Asimismo, con el objetivo de garantizar que el Proyecto de Investigación con el cual el alumno ingresó al Post-Grado vaya desarrollándose, se le nombrará un Tutor con el cual éste tendrá un número de asesoría semanales.

	CURSOS	No. hr. Se	Cred.
I. SEMESTRE	1. Epistemología de la Comunicación	5	5
	2. Psicoanálisis y Comunicación	5	5
	3. Política, Economía y Comunicación en el Perú y América Latina	5	5
	4. Ideología y comunicación Social en el Perú y América Latina	5	5
	5. Tutoría (Asesoría individual de Proyectos de Investigación)	2	2
		<hr/>	<hr/>
		22	22
II. SEMESTRE	1. Epistemología de la Comunicación II	5	5
	2. Problemática de la Investigación en comunicaciones	5	5
	3. Cultura Popular y Comercialización en el Perú y América Latina	5	5
	4. Semiótica de La Comunicación	5	5
	5. Tutoría	2	2
		<hr/>	<hr/>
		22	22

SEMINARIOS DE INVESTIGACION

Una vez concluidos los primeros semestres, el alumno ingresará a las asignaturas de especialización, correspondientes a cada una de las áreas ofrecidas. La organización del trabajo académico será por Seminarios de Investigación en los cuales se realizarán debates y presentación de temas de investigación por parte de cada uno de los alumnos, bajo la dirección del profesor responsable del área.

Cada alumno será miembro de un solo seminario. Cada alumno deberá presentar por escrito y sustentar ciertos temas establecidos previamente. Al iniciarse el semestre académico se les entregará a los alumnos un calendario de actividades, indicándose las fechas y temas de trabajo.

	SEMINARIOS	No. hr. Se	Cred.
III. SEMESTRE	1. Seminario de Relato-Ficción-Espectáculo I	10	10
	2. Seminario de Información y Propaganda I	10	10
	3. Seminario de Educación y Comunicación I	10	10
	4. Seminario de Análisis Publicitario I	10	10
		<hr/>	<hr/>
		40	40

IV. SEMESTRE	1. Seminario de Relato-Ficción Espectáculo II	10	10
	2. Seminario de Información y Propaganda II	10	10
	3. Seminario de Educación y Comunicación II	10	10
	4. Seminario de Análisis Publicitario II	10	10
	Redacción de la Tesis	10	10
	50	50	

SUMILLAS DE LOS SEMINARIOS

Los cuatro seminarios se orientan hacia la consecución de trabajos de signo diverso que deben derivar en investigaciones sea de carácter puramente teórico o aplicadas a un corpus o fenómeno determinado, o también en proyectos que requieren aplicación práctica en medios de comunicación específicos. Para ello la metodología Pedagógica variará en función de la naturaleza de la investigación. Así en los casos de investigación aplicada al campo de los medios, la dinámica del Seminario estará orientado a la realización del proyecto.

1. Seminarios de Relato, Ficción y Espectáculo

En relación directa con los temas propuestos por los alumnos en sus tesis, este seminario aborda de manera muy flexible la gama de discursos y mensajes que apuntan a la satisfacción de las pulsiones recreativas y lúcidas de los usuarios de los medios masivos, no masivos y eventualmente, de otras modalidades de comunicación cotidiana. Se incluye, además de los mensajes y discursos en sí mismo, el análisis de sus condiciones de producción, emisión y recepción, de su desarrollo histórico, de los efectos que producen y de los factores y mediaciones socio-económicos con los que tienen relación, entre otros aspectos que podrían ser materia de estudio.

2. Seminario de Información y Propaganda.

La problemática de los mensajes que cubren el continuo información-opinión-propaganda, es decir, la esfera de los referencialconativo, compone la materia de este Seminario. Si bien, inevitablemente, se privilegian los mensajes que vehiculan los medios masivos (especialmente, prensa, radio y televisión) no se excluyen las modalidades no masivas de información y propaganda. Desde la hegemonía noticiosa de las grandes agencias informativas hasta el tratamiento del panfleto o volante político o la mecánica del rumor o la "bola" podrán ser objetos de análisis. Del mismo modo, se podrán formular proyectos de campañas noticiosas o propagandísticas y ejercicios prácticos que materialicen tales proyectos.

3. Seminario de Análisis Publicitario

Sin la menor duda, la publicidad constituye hoy en día una de las áreas de profesionalización más difundidas en nuestros países. Sin embargo, todavía no se ha estudiado en profundidad los mecanismos que utiliza el estímulo publicitario, las áreas pulsionales que afecta y las condiciones psicológicas sociales y económicas en que tal afectación se produce. Todo ello será materia de investigación en trabajos que pueden utilizar matrices diversas (psicoanalíticas, semióticas, semioideológicas, económicas, etc. o combinaciones varias) aspirar a metas teóricas o pragmáticas y orientarse según propósitos críticos, apoloéticos o puramente descriptivos.

4. Seminario de Educación y Comunicación II

La teleducación ha sido desde tiempo atrás uno de los rubros más trajinados por los cursos de segunda especialidad en comunicaciones.

La problemática teleducativa quiere ser objeto de estudio y revisión en este Seminario que, además, pretende cubrir otros aspectos de la dimensión educativa a través de medios y modalidades artesanales o "alternativas". Asimismo, la pedagogía de los medios masivos, no como transmisores didácticos sino en su propia especificidad expresiva, será otro de los temas abordables.

3 b) Créditos y Formas de Evaluación

El alumno deberá cumplir con un número de créditos establecidos previamente.

La evaluación tendrá como objetivo principal garantizar un alto rendimiento.

Se considerará que el 10 o/o de inasistencias incapacita al alumno para aprobar cursos o seminarios.

Tanto en las asignaturas básicas como en los seminarios los criterios de evaluación serán los siguientes:

1. La Asistencia
2. La participación activa en debates y trabajos en cursos y seminarios.
3. Los trabajos escritos y lecturas.

El tipo de calificación que se empleará será el de aprobado o desaprobado.

Se establecerá las siguientes consideraciones.

1. Un alumno no podrá salir desaprobado en más de un curso durante los dos primeros semestres, pues ello lo inhabilitará para continuar el Post-Grado en Comunicaciones.
2. En caso de salir desaprobado en un curso, durante los semestres I y II, se le dará la posibilidad de repetir el curso en el próximo período de post-grado. Ello retardará únicamente la presentación de su Tesis.
3. La desaprobación en algún Seminario será considerado casual de separación definitiva.

3 c) Para la Obtención de la Maestría en Comunicaciones

Se requerirá haber aprobado los cursos y seminarios a lo largo de los 4 semestres académicos y sustentar públicamente y ante un jurado conformado por especialistas en el área, una Tesis, producto del trabajo de investigación desarrollado a lo largo del Post-Grado.

VI. RECURSOS

a) Humanos

Para la implementación del Post-Grado en Comunicaciones se contará con un grupo de docentes del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación, quienes se encargarán de coordinar cada una de las áreas de especialización mencionadas.

Se buscará además, el concurso de especialistas en Comunicaciones de otras Universidades Nacionales y Extranjeras.

b) Materiales

Para el funcionamiento integral del Post-Grado se buscará financiamiento de la propia Universidad, y de Instituciones y Organismos Nacionales e Internacionales.

VII. RELACION CON OTROS POST-GRADOS Y ESCUELAS DE COMUNICACIONES

Nuestra propuesta está orientada a establecer sólidos vínculos con otros Post-Grados de América Latina, tanto en términos de intercambio de experiencia académica como de trabajos de investigación e incluso de docentes.

