

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**VICERRECTORADO**  
**CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN**  
**EN EDUCACIÓN SUPERIOR – CEPIES**



**RECONFIGURACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL DEL**  
**COMUNICADOR SOCIAL DE LA UMSA PARA EL REDISEÑO**  
**MACROCURRICULAR DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA**  
**CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tesis de Maestría para optar por el Grado Académico de**  
**Magister Scientiarum en Educación Superior**  
**Mención: Elaboración y Evaluación de Proyectos Educativos**

**MAESTRANTE: Lic. ALINE QUISPE ZERRILLO**  
**TUTOR: Dr. GUILLERMO AGUILAR SALVATIERRA Ph. D.**  
**LA PAZ – BOLIVIA**

**2017**

# UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

## VICERRECTORADO

### CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Tesis de Maestría:

#### RECONFIGURACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA UMSA PARA EL REDISEÑO MACROCURRICULAR

Para optar al Grado Académico de Magíster Scientiarum en Educación Superior de la postulante:

**LIC. ALINE FLOR QUISPE ZERRILLO**

Nota numeral.....

Nota literal: .....

Significado de la calificación: .....

Es avalado según el Reglamento de Tesis vigente del Centro Psicopedagógico y de Investigación en Educación Superior (CEPIES), por el siguiente tribunal:

Director del CEPIES: .....

Sub Director del CEPIES: .....

Tutor: .....

Tribunal: .....

Tribunal: .....

La Paz,..... de..... de 2017

Escala de calificación para programas posgraduales de acuerdo con el Reglamento para la Elaboración y Sustentación de Tesis de Grado vigente en el Centro Psicopedagógico y de Investigación en Educación Superior (CEPIES): a) Summa cum laude (91-100) rendimiento excelente; b) Magna cum laude (83-90) rendimiento muy bueno; c) Cum laude (75-82) rendimiento bueno; d) Rite (66-74) rendimiento suficiente; e) (0-65) insuficiente.

## **DEDICATORIA**

A mi mamita María Zerrillo y mi papá Mario Quispe que me han impulsado a luchar por este sueño, que busca devolverles un poco de todo lo que han hecho por sus cuatro hijos.

A mis hermanos Susan Patricia, Wilbert y mi pequeña Emily que siempre me han apoyado con todo su cariño y a mis mascotas Gigo y Sacita.

Los amo con todo mi corazón.

Y finalmente a mis amigos de la Maestría XXI del CEPIES, de mi grupo Los Kumaros y a aquellos que siempre me han alentado a perseguir este objetivo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por darme la voluntad, la fortaleza, la paciencia y todo su amor infinito para lograr esta meta en mi vida.

Al Dr. Guillermo Aguilar Salvatierra por ser mi guía en esta investigación e impulsarme de manera incansable para concluir este trabajo.

A Alejandra Orihuela por alentarme a alcanzar este sueño y a Julio Huanca por el esfuerzo y la paciencia para realizar los gráficos y los cuadros de la presente investigación.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....iii

AGRADECIMIENTOS.....iv

ÍNDICE DE CUADROS.....ix

ÍNDICE DE GRÁFICOS.....x

ÍNDICE DE ANEXOS.....xii

RESUMEN.....xiii

ABSTRACT.....xv

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I. MARCO INTRODUCTORIO.....1

1.1 Situación problemática.....1

1.2 Objeto de estudio y campo de acción.....6

1.3 Objetivos.....7

1.4 Idea científica.....8

1.5 Categorías de análisis.....9

<b>1.6</b>	<b>Diseño metodológico.....</b>	<b>19</b>
<b>1.7</b>	<b>Delimitación espacial y temporal.....</b>	<b>27</b>
<b>1.8</b>	<b>Justificación.....</b>	<b>27</b>
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....</b>		<b>30</b>
<b>2.1</b>	<b>Estado del arte.....</b>	<b>30</b>
<b>2.2</b>	<b>Marco teórico y conceptual.....</b>	<b>35</b>
<b>2.3</b>	<b>Enfoque epistemológico.....</b>	<b>54</b>
<b>CAPÍTULO III. MARCO CONTEXTUAL.....</b>		<b>57</b>
<b>3.1</b>	<b>Creación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.....</b>	<b>57</b>
<b>3.2</b>	<b>Primer Congreso Académico de Comunicación Social.....</b>	<b>59</b>
<b>3.3</b>	<b>Nuevo Plan de Estudios.....</b>	<b>60</b>
<b>3.4</b>	<b>Toma del exedificio de la Corporación Minera de Bolivia (Comibol)....</b>	<b>62</b>
<b>3.5</b>	<b>El exedificio del INRA, la casa propia.....</b>	<b>64</b>
<b>CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>		<b>66</b>
<b>4.1</b>	<b>Análisis del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.....</b>	<b>66</b>

<b>4.2 Conclusiones del análisis documental.....</b>	<b>95</b>
<b>4.3 Análisis del trabajo de campo – Entrevistas.....</b>	<b>97</b>
<b>4.4 Conclusiones del trabajo de campo - Entrevistas.....</b>	<b>128</b>
<b>4.5 Necesidades del mercado laboral y el encargo social.....</b>	<b>131</b>
<b>4.6 Desafíos.....</b>	<b>138</b>
<b>4.7 Sistematización de criterios de vinculación académica.....</b>	<b>140</b>
<b>4.8 Requerimientos de la formación académica.....</b>	<b>151</b>
<b>4.9 Análisis de la escala Likert.....</b>	<b>156</b>
<b>CAPÍTULO V. PROPUESTA.....</b>	<b>193</b>
<b>5.1 SISTEMA INTEGRADO DE OBJETIVOS ORIENTADOS AL PERFIL RECONFIGURADO DEL COMUNICADOR SOCIAL.....</b>	<b>193</b>
<b>5.2 TAREAS PROFESIONALES.....</b>	<b>193</b>
<b>5.3 PROPUESTA DE PERFIL PROFESIONAL RECONFIGURADO.....</b>	<b>199</b>
<b>5.4 MENCIONES IDENTIFICADAS.....</b>	<b>200</b>
<b>5.5. PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE.....</b>	<b>203</b>

<b>5.6 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DEL PERFIL PROFESIONAL RECONFIGURADO DEL COMUNICADOR SOCIAL.....</b>	<b>210</b>
<b>5.7 PROPUESTA MACROCURRICULAR DEL PLAN DE ESTUDIOS.....</b>	<b>216</b>
<b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>236</b>
<b>6.1 CONCLUSIONES.....</b>	<b>236</b>
<b>6.2 RECOMENDACIONES.....</b>	<b>237</b>
<b>6.3 BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>239</b>



## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO N° 1.....</b>	<b>9</b>
<b>CUADRO N° 2.....</b>	<b>13</b>
<b>CUADRO N° 3.....</b>	<b>30</b>
<b>CUADRO N° 4.....</b>	<b>33</b>
<b>CUADRO N° 5.....</b>	<b>140</b>
<b>CUADRO N° 6.....</b>	<b>151</b>
<b>CUADRO N° 7.....</b>	<b>228</b>
<b>CUADRO N° 8.....</b>	<b>233</b>
<b>CUADRO N° 9.....</b>	<b>234</b>
<b>CUADRO N° 10.....</b>	<b>235</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1.....	157
GRÁFICO N° 2.....	159
GRÁFICO N° 3.....	161
GRÁFICO N° 4.....	163
GRÁFICO N° 5.....	165
GRÁFICO N° 6.....	167
GRÁFICO N° 7.....	169
GRÁFICO N° 8.....	171
GRÁFICO N° 9.....	175
GRÁFICO N° 10.....	177
GRÁFICO N° 11.....	179
GRÁFICO N° 12.....	181
GRÁFICO N° 13.....	183
GRÁFICO N° 14.....	185

**GRÁFICO N° 15.....187**

**GRÁFICO N° 16.....189**

**ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO 1.....243**

**ANEXO 2.....245**

**ANEXO 3.....247**

**ANEXO 4.....249**

**ANEXO 5.....251**

**ANEXO 6.....253**

**ANEXO 7.....255**

**ANEXO 8.....257**

**ANEXO 9.....259**

## **RESUMEN**

La presente investigación aborda la necesidad de reconfigurar el perfil profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) aprobado en 1997, hace 20 años, de acuerdo con las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social.

Uno de los principales motivos para llevar a cabo esta investigación es que existe la necesidad de fortalecer la formación de los estudiantes de la carrera ya que con el vigente plan de estudios muchos profesionales han tenido varias dificultades en el ejercicio laboral.

La investigación tiene un enfoque cualitativo debido a que busca comprender e interpretar los fenómenos mediante las percepciones de los participantes.

También se utilizó el método descriptivo para determinar las características del nuevo perfil profesional y el método analítico para descomponer las partes del currículo y establecer si responde a los requerimientos actuales del mercado de trabajo y el encargo social.

En ese contexto, se hizo un análisis documental del plan de estudios de la carrera que determinó que el área básica y el área troncal del currículo no han logrado superar la separación entre la teoría y la práctica, lo cual ha incidido en la falta de conocimientos y herramientas procedimentales adecuadas al campo laboral.

En tanto, las entrevistas semiestructuradas realizadas a ejecutivos, representantes y autoridades del área de comunicación y la escala Likert aplicada a estudiantes de quinto año y profesionales de la carrera establecieron que la formación de la carrera es muy genérica y teórica y que el currículo está desactualizado y no responde a las demandas actuales del mercado laboral y el encargo social.

Asimismo, dichas técnicas revelaron que el ámbito laboral en los medios está saturado, por lo que es necesario diversificar las áreas de preespecialización en comunicación para ampliar el mercado de trabajo.

En esa línea, la información obtenida permitió definir las tareas profesionales, los conocimientos, habilidades, destrezas y valores del nuevo perfil reconfigurado del comunicador social y elaborar una propuesta de rediseño macrocurricular del plan de estudios acordes al mercado de trabajo y en correspondencia con el encargo social.

*Palabras clave: perfil reconfigurado, currículo, mercado de trabajo, encargo social*

## **ABSTRACT**

This research deals with the need to reconfigure the professional profile of the career of Social Communication Sciences of the Mayor de San Andrés University (UMSA) approved in 1997, 20 years ago, in accordance with the current needs of the labor market and the social commitment

One of the main reasons for carrying out this research is that there is a need to strengthen the training of students who belong to this career considering that many professionals have several difficulties in the work practice with the current curriculum.

The research has a qualitative approach because it seeks both to understand and interpret the phenomena through the participants' perception.

The descriptive method was used to determine the characteristics of the new professional profile, and also the analytical method was used to break down the parts of the curriculum and establish whether it responds to the current requirements of the labor market and the social commitment.

In that context, a documentary analysis of the curriculum of the career was made which determined that the basic and the core area and the curricular area of the curriculum have not managed to overcome the separation between theory and practice, which has affected the lack of knowledge and procedural tools appropriate to the labor field.

Meanwhile, semi-structured interviews with executives, representatives, and authorities in the area of communication besides the Likert scale applied to students of the fifth year and professionals from the career established that the training of the career is very ample and theoretical, and that the curriculum is outdated, not responding to the current demands of the labor market and the social commitment.

Moreover, these techniques revealed that the work environment in the media is saturated, therefore, it is necessary to diversify the areas of pre-specialization in communication in order to expand the labor market.

In this way, the information obtained allowed not only to define the professional tasks, knowledge, skills, and values of the reconfigured new profile of the social communicator but also to prepare a macrocurricular redesign of the syllabus according to the labor market and in accordance with the social commitment.

Keywords: reconfigured profile, curriculum, labor market, social commitment.



## **CAPÍTULO I**

### **MARCO INTRODUCTORIO**

#### **1.1 SITUACIÓN PROBLÉMICA**

##### **1.1.1 Identificación y descripción del problema**

El plan de estudios y el perfil profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA está desactualizado tomando en cuenta que fue aprobado hace 20 años y no responde a las necesidades del mercado laboral y el encargo social. Por lo que, la presente investigación busca reconfigurar el perfil profesional y proponer un rediseño macrocurricular.

El Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social establece que los resultados obtenidos de la recopilación y análisis documental así como la aplicación de encuestas a docentes y estudiantes de la carrera muestran la urgente necesidad de reformular el plan de estudios pasando por sus fundamentos curriculares, objetivos, planes y programas para cada asignatura, taller o seminario. (UMSA, 2013, p. 63).

El documento señala que el rediseño del currículo debe realizarse con base en las nuevas necesidades de la sociedad, donde el empleo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) es de “vital importancia”.

La Encuesta Nacional de Opinión sobre las TIC que encargó la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AgeTic), realizada entre el 3 y el 18 de diciembre de 2016, revela que el 95% de los internautas utiliza el teléfono de celular para navegar en internet. (AgeTic, 2016, s. p.).

El estudio desvela que el 67,5% de la población boliviana es usuario de internet, siendo Santa Cruz el departamento en el que más gente navega al menos una vez al mes (83%). Le siguen Tarija (73%), Oruro (66%), Beni (66%), Cochabamba (64%), Chuquisaca (63%), La Paz (60%), Potosí (58%) y Pando (56%).

AgeTic encuestó a 5.536 internautas mayores de 14 años de ciudades capitales e intermedias además de áreas rurales.

El internauta boliviano usa ese medio para contactar “amigos y familiares” (73%) o acceder a redes sociales (62%) como el Facebook y WhatsApp. En tanto, solo el 11% utiliza internet para ver noticias o con fines académicos.

Asimismo, el Informe de Autoevaluación de la carrera indica que se requiere una mayor práctica incluso en las modalidades teóricas. También se debe aclarar la estructura y los lineamientos de las modalidades de graduación.

El documento además menciona que los estudiantes y los docentes coinciden en que el perfil profesional “está desactualizado” tomando en cuenta que el plan de estudios fue aprobado en 1997 y que en la actualidad vivimos en una sociedad de la información y la comunicación, lo cual “exige repensar en las nuevas demandas y necesidades sociales y del mercado de trabajo, donde las Tecnologías de la Información y la Comunicación están marcando nuevos rumbos en el actuar educativo”. (UMSA, 2013, p. 63).

También el informe especifica que los estudiantes y docentes coinciden en que el currículo está desactualizado y que no responde a las necesidades de estos tiempos debido que fue aprobado en 1997 y que se necesita replantear el mismo al menos cada cinco años.

En tanto, el Informe de Evaluación Externa para la Acreditación de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social señala que una debilidad de la carrera es que el plan de estudios no corresponde a los “actuales requerimientos” de la Comunicación Social (UMSA, 2013, p. 2).

El citado informe también indica que el currículo no “presenta ninguna vinculación con sus titulados para implementar un programa de actualización del conocimiento que requiere este grupo”.

Los ejecutivos y exejecutivos de los gremios que aglutinan a periodistas y trabajadores de la prensa así como los exautoridades de la carrera coincidieron en que existe la necesidad de actualizar el plan de la carrera y adecuarla a las necesidades del mundo laboral y el encargo social para fortalecer la formación profesional, la cual es más teórica que práctica y que ha provocado dificultades a los profesionales para desenvolverse en el mercado de trabajo.

Dicha situación ha obligado a los empleadores del sector público y privado a capacitar a los profesionales en aspectos técnicos y en herramientas procedimentales para ejercer en el campo laboral.

Los entrevistados también indicaron que se debe reconfigurar el perfil profesional y ampliar los conocimientos, habilidades, destrezas y valores para reforzar su formación y darles más herramientas procedimentales para que puedan desenvolverse en el mundo laboral.

Los consultados además señalaron que en la última década el mercado laboral en los medios de comunicación radiales, televisivos y escritos se ha saturado porque existe una excesiva oferta de profesionales en el área de comunicación y porque hay personal empírico en esos puestos.

Una causa de esta situación es que algunos docentes que imparten cátedra en la carrera no tienen experiencia laboral en los medios de comunicación o en las áreas respectivas en las que dan clases, por lo que la formación es más teórica que práctica, indicaron los entrevistados.

Ante esto, los consultados recomendaron también que los profesionales se preespecialicen en otras áreas como: la comunicación digital, la comunicación política, la comunicación corporativa, la elaboración de proyectos educativos en comunicación, la producción audiovisual, entre otros.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cuál es el perfil profesional del comunicador social que oriente e integre el rediseño de la estructura macrocurricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA de acuerdo con los requerimientos del mercado laboral y el encargo social?

### **1.1.3 Problemas secundarios**

- ¿De qué manera el Plan de Estudios vigente de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA responde a las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social?

- ¿El perfil profesional del comunicador social vigente en la UMSA cumple con los niveles de correspondencia entre la formación teórica y práctica que requiere el mercado laboral y el encargo social?

- ¿Cuáles son los componentes cognitivos, axiológicos y procedimentales que se deben incorporar en la reconfiguración del perfil profesional del comunicador social de la UMSA?

- ¿Cuáles son las nuevas menciones que requiere formar la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA de acuerdo con el perfil profesional reconfigurado?

## **1.2 OBJETO DE ESTUDIO Y CAMPO DE ACCIÓN**

### **1.2.1 Objeto de estudio**

En la presente investigación el objeto de estudio es el plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), que fue aprobado en 1997.

### **1.2.2 Campo de acción**

En la indagación, el campo de acción está representado por el perfil profesional del comunicador social de la UMSA al que deben llegar los estudiantes tras cinco años de estudio a fin de responder las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo general**

- ✓ Desarrollar el perfil profesional para el comunicador social que oriente e integre el rediseño de la estructura macrocurricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA de acuerdo con los requerimientos del mercado laboral y el encargo social.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- ✓ Analizar si el currículo vigente de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA responde a las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social.
- ✓ Determinar si el perfil profesional del comunicador social vigente cumple con los niveles de correspondencia entre la formación teórica y práctica que requiere el mercado laboral y el encargo social.
- ✓ Establecer los componentes cognitivos, axiológicos y procedimentales que se deben incorporar a la reconfiguración del perfil profesional del comunicador social de la UMSA.
- ✓ Definir las nuevas menciones que requiere formar la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA de acuerdo con el perfil profesional reconfigurado.

### **1.3.3 Objetivo propositivo**

- ✓ Elaborar el rediseño macrocurricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA que se adecúe al perfil profesional reconfigurado y responda a las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

### **1.4 IDEA CIENTÍFICA**

La reconfiguración del perfil profesional del comunicador social integrado por componentes cognitivos, axiológicos y procedimentales actualizados a los requerimientos del contexto socio-económico orientan e integran el rediseño macrocurricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA y fortalecen la formación profesional en los campos de acción especializados y adecuados al mercado laboral y al encargo social.



## 1.5 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

En la presente investigación se estudian las siguientes categorías de análisis:

**CUADRO N° 1**  
**CATEGORÍAS DE ANÁLISIS**

<b>Categorías de análisis</b>	<b>Concepto</b>
- Perfil profesional	El perfil profesional es “la descripción de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que deben desarrollarse en el estudiante para solucionar problemas del contexto, en el ejercicio profesional” (CEUB, 2010, p. 132).
- Rediseño macrocurricular	El rediseño macrocurricular es el “procedimiento por el cual el desarrollo de las actividades y procesos académicos deben establecerse en un claro contexto institucional que comprenda normas, estructuras y procesos que garanticen una eficiente gestión académica” (UMSA, 2012, p. 1).
- Estructura curricular	“La estructura curricular es la articulación de objetivos, áreas de conocimiento, ciclos o módulos con el perfil profesional, que se expresan en la malla o mapa curricular” (UMSA, 2012, p. 3).
- Comunicación	En 1993, Erick Torrico señaló que la comunicación es “un factor innato del ser humano que se puede concebir semióticamente como un proceso de intercambio de significaciones, es decir de ideas, conceptos, representaciones de la realidad, formas de vida, etc” (p. 9).

<p>- Formación profesional</p>	<p>En 2010, el Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana señalaba que la formación profesional “es el proceso y estado en el que un individuo se hace poseedor de conocimientos y habilidades junto con la capacidad de coordinarlos e integrarlos en su proyecto profesional” (p. 123).</p>
<p>- Mercado de trabajo</p>	<p>El mercado de trabajo es el espacio en el que se encuentran quienes ofrecen empleo (empleadores) y las personas que buscan trabajo (demandantes). Los empleadores pueden ser administraciones públicas y empresas privadas. Los demandantes son las personas que están en situación legal de trabajar. (UPSA, p. 3).</p>
<p>- Encargo social</p>	<p>El encargo social es la necesidad que tiene la sociedad de formar a las nuevas generaciones de acuerdo con sus intereses. Formar al hombre es prepararlo para la vida. La naturaleza de dicho objeto social, en el que la expresión concreta del aula, en que se manifiestan las relaciones entre los estudiantes y el profesor, tiene su esencia social en la preparación para la vida de las nuevas generaciones por las precedentes para que sean capaces de desempeñarse en el seno de la sociedad. (Estenoz, Sotolongo, Marén, 2008, p. 1).</p>

<p>- Plan de estudios</p>	<p>La Resolución del Honorable Consejo Universitario de la UMSA 251/2012 sobre las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante de las carreras y programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular (2012) establece que el “plan de estudios es la organización de asignaturas integradas horizontal y verticalmente, que establece la carga horaria, la duración de los estudios, el carácter semestralizado, anualizado, mixto o modular y el valor crediticio” (p. 3).</p>
<p>- Proceso de enseñanza y aprendizaje</p>	<p>Es aquel proceso educativo escolar que del modo más sistematizado se dirige a la formación social de las nuevas generaciones en el que el estudiante se instruye y educa, es decir forma su pensamiento y sus sentimientos. Este proceso es el objeto de estudio de la didáctica como ciencia. (UMSA, 2010, p. 134).</p>
<p>- Teoría</p>	<p>En 2010, el Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana indicaba que la teoría es un conjunto de conceptos, de constructos, de definiciones y de proposiciones relacionadas unas con otras, que propone una visión sistemática de un fenómeno; especificando la relación existente entre las variables. La teoría tiene la finalidad de explicar y predecir el fenómeno. (p. 137).</p>

- Prácticas de campo	Las prácticas de campo son aquellas actividades que los estudiantes realizan sobre terreno, utilizando estrategias cognitivas o estrategias de acción según se trate de conocer algún aspecto de la realidad o bien que el propósito sea hacer algo que de alguna manera tiene que ver con los estudios que se realizan. (UMSA, 2010, p. 133).
----------------------	--

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

### 1.5.1 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍAS

La siguiente matriz de operacionalización de categorías permitirá analizar de manera profunda las principales categorías de la presente investigación.

**CUADRO N° 2**  
**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍAS**

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>ITEM</b>
- Perfil profesional	- Tareas profesionales - Conocimientos - Habilidades - Valores	- Entrevista	- ¿Qué perfil profesional requiere el comunicador social de la UMSA para adecuarse a las necesidades actuales del mercado laboral? - ¿Cuáles son las tareas profesionales de los comunicadores sociales de acuerdo con el encargo social? - ¿Qué conocimientos, habilidades y valores requiere el perfil profesional del comunicador social?
- Rediseño macrocurricular	- Estudio de contexto - Perfil profesional	- Entrevista	- ¿El currículo de la carrera está actualizado de acuerdo con la demanda laboral y el encargo social?

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundamentos curriculares</li> <li>- Plan de estudios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escala Likert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El currículo responde a la demanda del mercado laboral y el encargo social.</li> <li>- La carrera debe rediseñar su malla curricular</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación Social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intercambio interpersonal de significaciones mediante el uso del lenguaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista</li> <li>- Escala Likert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿En qué áreas considera que los comunicadores sociales pueden incursionar en la actualidad?</li> <li>- Las menciones de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren todas las expectativas de los estudiantes</li> <li>- La carrera debería incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo y Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing</li> </ul>



<p>- Formación profesional</p>	<p>- Proceso académico para obtener una profesión</p>	<p>- Escala Likert</p>	<p>- Entre las debilidades de la formación de la carrera están que no existe correspondencia entre la teoría y la práctica en el proceso de enseñanza, la presencia de docentes que no tienen conocimientos sólidos y experiencia laboral y la falta de equipos para conocer su manejo.</p>
<p>- Mercado de trabajo</p>	<p>- Oferta y demanda de empleo en el sector público o privado</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>- ¿Cuál es la evaluación del mercado laboral actual de los comunicadores sociales? ¿En qué campos se desempeñan?  - ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del desempeño de los comunicadores sociales en el sector público y privado?  - Ante las deficiencias en la formación que ofrece la carrera ¿qué acciones deben realizar los empleadores del sector público y privado para que los profesionales puedan ejercer su profesión?</p>



- Mercado de trabajo	- Oferta y demanda de empleo en el sector público o privado	- Escala Likert	- Entre las dificultades que tienen los comunicadores sociales en el ejercicio laboral están: la falta de herramientas para efectuar una cobertura periodística, redactar una noticia o un boletín de prensa, la falta de herramientas para utilizar los equipos en los medios de comunicación y otros
- Encargo social	- Necesidad social que orienta la formación profesional	- Entrevista	- ¿El currículum de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social responde a las necesidades de la sociedad actual?
- Plan de estudios	- Asignaturas estructuradas horizontal y verticalmente	- Entrevista	- ¿Cómo evalúa el plan de estudios de la carrera? - ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos del plan de estudios? - ¿Qué mecanismos deberían emplearse para que el vigente plan de estudios se adecúe a las necesidades del mercado laboral y el encargo social?

- Plan de estudios	- Asignaturas estructuradas horizontal y verticalmente	- Entrevista	- ¿Qué contenidos y qué menciones deberían incluirse en el plan de estudios de la carrera de para que se adecúe a las necesidades del mercado laboral y el encargo social
- Proceso de enseñanza y aprendizaje	- Intervención docente y transformación mental en el estudiante	- Entrevista	- ¿Los docentes de la carrera aplican métodos didácticos en el proceso de enseñanza? - ¿Los docentes están actualizados en los avances científicos y tecnológicos de la comunicación social? - ¿Los docentes utilizan bibliografía actualizada y aplican prácticas de campo en sus asignaturas?
- Teoría y práctica	- Método científico: ascenso de niveles de abstracción a la concreción	- Entrevista	- ¿Los conocimientos que imparten los docentes de la carrera son más teóricos? - ¿Los conocimientos que imparten los docentes de la carrera son más prácticos?

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

## **1.6 DISEÑO METODOLÓGICO**

### **1.6.1 Enfoque de investigación**

La presente investigación tiene un enfoque esencialmente cualitativo debido a que busca comprender e interpretar los fenómenos a través de las percepciones de los participantes, lo que ha permitido construir el perfil profesional reconfigurado del comunicador social de la UMSA de acuerdo con las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social.

Rodrigo Barrantes (2013) cita a Nelly Stromquist quien indica que el “enfoque cualitativo busca llegar al conocimiento desde dentro por medio del entendimiento de intenciones y el uso de la empatía” (p. 68).

En el enfoque cualitativo la confiabilidad externa se busca recogiendo bien las instancias y a los informantes se los identifica como típicos o atípicos según corresponda. Se desarrolla una posición social para que el investigador evite que se recojan datos sesgados para ello busca usar varios observadores y usa descripciones de inferencia baja. Para hallar dicha confiabilidad en dicho enfoque se crea o identifica categorías para la obtención y codificación de datos. (Barrantes, 2013, p. 68).

Barrantes explica que la investigación cualitativa postula una concepción fenomenológica e inductiva que está orientada al proceso. Agrega que el trabajo de campo consiste en una participación intensa en largos periodos con los sujetos de estudio, por lo que requiere de un registro detallado de todos los acontecimientos, lo mismo que su análisis es minucioso. (p. 71)

En tanto, Roberto Hernández (2010) explica que el enfoque cualitativo tiene el propósito de describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes. Además, señala que esta investigación aplica la lógica inductiva, es decir que va de lo particular a lo general (de los datos a las generalizaciones, no estadísticas, y la teoría). (p. 11).

Las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir y luego genera perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general. (...) La recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes como sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos. También resulta de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. (Hernández, 2010, p. 9).

En esa línea, la recolección de los puntos de vista de las fuentes de información ha posibilitado identificar los conocimientos, habilidades, destrezas y valores del nuevo perfil profesional de los comunicadores sociales que se adecúan a las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

Asimismo la indagación de forma complementaria tiene un enfoque cuantitativo debido a que la estadística descriptiva ha permitido obtener gráficos de tendencia para obtener el punto de vista de los profesionales, entre egresados y titulados, y estudiantes de quinto año de la carrera acerca de la formación académica, el mercado de trabajo y las menciones que se requieren en la actualidad para desenvolverse en el mundo laboral.

### **1.6.2 Métodos de investigación**

Para la presente investigación se ha utilizado el método descriptivo debido a que nos ha permitido determinar las características y las propiedades del perfil profesional reconfigurado de los comunicadores sociales.

Hernández (2010) explica que el método descriptivo busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p. 80).

Además, este método se usó para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

También en la indagación se utilizó el método analítico debido a que ha posibilitado descomponer las partes del objeto de estudio que en el presente documento es el perfil profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, vigente desde 1997, para analizar si este se adecúa a las necesidades actuales del mercado de trabajo y el encargo social.

El método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más el objeto de estudio, con lo que se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (Ruiz, 2006, s. p.).

### **1.6.3 Técnicas de investigación**

En la presente indagación se utilizó el análisis documental con el propósito de describir y analizar el contenido del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social y el vigente perfil profesional de los comunicadores para determinar si éstos se adecúan a los requerimientos actuales del mercado laboral y el encargo social.

El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que busca describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico-sintético que a su vez incluye la descripción bibliográfica. (Dulzaides y Molina, 2004 s. p.).

En la investigación también se empleó la entrevista semiestructurada debido a que se utilizó una guía de preguntas para efectuar las entrevistas, pero se hicieron preguntas adicionales para precisar algunos datos y obtener mayor información acerca de las características del reconfigurado perfil profesional de los comunicadores sociales, de acuerdo con las necesidades actuales del mercado de trabajo y el encargo social.

Usando esta técnica se entrevistó a autoridades y exautoridades de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, ejecutivos de los medios de comunicación y exrepresentantes de los gremios que aglutinan a los periodistas y trabajadores de la prensa, así como a exejecutivos del empresariado privado, un ejecutivo de una agencias de comunicación y exautoridades gubernamentales vinculadas al área de comunicación.

Gaitán y Piñuel (1998) indican que la entrevista como técnica de obtención de información constituye una fuente importante que supera las técnicas de observación. Es decir, la entrevista permite describir e interpretar aspectos de la realidad que no son directamente observables: sentimientos, impresiones, intenciones o pensamientos, así como los acontecimientos del pasado que sólo permanecen en la mente de los sujetos. (p. 88).

Sobre la entrevista semiestructurada dichos autores señalan que está basada en un repertorio de preguntas que, a modo de guía, organizan en parte la interacción aunque en el curso de la entrevista pueden añadirse otras, incluso eliminarse algunas de ellas. En cualquier caso no se presentan al entrevistado respuestas u opciones que éste pueda elegir. De ahí su carácter semiestructurado, pues se trata de un cuestionario abierto, de respuesta libre y de preguntas no absolutamente predeterminadas, aunque con un guión preestablecido. (Gaitán y Piñuel, 1998, p. 95).

Asimismo, se aplicó una escala Likert tanto a estudiantes de quinto año como a egresados y titulados de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA con el objetivo de conocer sus reacciones sobre las fortalezas y debilidades de la formación profesional, el mercado laboral actual y los requerimientos actuales del mercado de trabajo y el encargo social.

Roberto Hernández (2010) establece que la escala Likert es un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externalice su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. (p. 245).

#### **1.6.4 Muestra**

La muestra de la presente investigación es no probabilística debido a que la elección de las fuentes de información obedece a criterios preestablecidos.

En ese marco, se determinó conformar cuatro grupos de fuentes de información que son los siguientes:

El primer grupo está conformado por personalidades reconocidas en el ámbito de la comunicación como: ejecutivos y exejecutivos que dirigen importantes medios de comunicación, así como representantes y exrepresentantes de los gremios de periodistas y trabajadores de la prensa.

En esa línea, se efectuó entrevistas semiestructuradas a:

- La jefa nacional de Prensa de ATB, Thania Sandoval
  
- El jefe de La Razón Digital, Baldwin Montero
  
- El exdirector de la Agencia de Noticias Erbol Andrés Gómez



- El director ejecutivo de la Fundación para el Periodismo, Renán Estenssoro
- El expresidente de la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia (ANPB), Ronald Grebe
- El expresidente de la Asociación de Periodistas de La Paz Antonio Vargas
- La expresidenta de la Asociación de Periodistas de La Paz Lupe Cajías

El segundo grupo está formado por exautoridades de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA y de la Decanatura de la Facultad de Ciencias Sociales, así como exautoridades del Gobierno del área de comunicación, representantes y exrepresentantes de los gremios del empresariado privado y un ejecutivo de una agencia de comunicación.

La técnica de recolección de datos que se utilizó para esta población es la entrevista semiestructurada.

- La exdecano de la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA y exdirectora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social Gabriela Sotomayor
- El exdirector de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UMSA Sidney Torres
- La exministra de Comunicación Amanda Dávila
- El expresidente de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB) Daniel Sánchez

- El expresidente de la Federación de Empresarios Privados de Santa Cruz (FEPSC) Gabriel Dabdoub
- El gerente general del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), Gary Rodríguez
- El director de la agencia de comunicación Medrano & Asociados, Javier Medrano

El tercer grupo está constituido por unos 50 profesionales, entre egresados y titulados, de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en el periodo 2009-2013, los cuales se encuentran ejerciendo la profesión. Para obtener información de este grupo se utilizó la técnica de la escala Likert.

El cuarto grupo está constituido por unos 80 estudiantes que en 2016 estuvieron en quinto año de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, a los cuales se les aplicó la técnica de la escala Likert.

## **1.7 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL**

El presente trabajo se realizó en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA y abarca los años 2015, 2016 y 2017.

## **1.8 JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo busca reconfigurar el perfil profesional de los comunicadores sociales para efectuar el rediseño macrocurricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la casa de estudios superiores estatal, de acuerdo con los requerimientos actuales del mercado laboral y el encargo social.

Uno de los principales motivos por los que se efectuó esta investigación se debe a que el Informe de Evaluación Externa para la Acreditación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, emitido el 11 de diciembre de 2013, establece que una de las debilidades de la carrera es que el actual “Plan de Estudios no corresponde a los actuales requerimientos de la Comunicación Social actual” (UMSA, 2013, p. 2).

El documento además señala que dicho plan de estudios “no presenta ninguna vinculación con sus titulados para implementar un programa de actualización del conocimiento que requiere este grupo”.

### **1.8.1 Justificación teórica**

La reconfiguración del perfil profesional de los comunicadores sociales de la UMSA contribuye a la formación profesional de los estudiantes de esa área debido a que se determina los conocimientos, habilidades, destrezas y valores que deben desarrollar los universitarios para desenvolverse en el mercado laboral y dar solución a los problemas de la sociedad actual, los cuales se adecuaron a las necesidades del ámbito laboral y el encargo social.

Asimismo, el presente trabajo determina las tareas profesionales que deben alcanzar los universitarios para mejorar su ejercicio laboral.

### **1.8.2 Justificación social**

Esta indagación que reconfigura el perfil profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA pretende elevar el rendimiento y el desempeño de los comunicadores sociales, lo cual también representa un mayor aporte para la sociedad debido a que los profesionales tendrán más capacidad para enfrentar los problemas en el campo comunicacional.

### **1.8.3 Actualidad**

El presente trabajo se consolidó debido a que el análisis del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA y el diagnóstico del mercado laboral muestran que existe una necesidad urgente de reconfigurar el perfil profesional debido a que está desactualizado y porque los conocimientos, habilidades y valores son muy genéricos e insuficientes y se requiere una formación preespecializada que se adecúe al avance de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y la expansión del internet.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

#### 2.1 Estado del arte

Las investigaciones más recientes y actuales que se han realizado sobre el mercado laboral de los comunicadores sociales se presentan a continuación:

#### CUADRO N° 3

##### Primer caso

<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO</b>	- Formación Académica en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y su relación con la demanda del mercado laboral de los comunicadores (2008-2009).
<b>AUTOR</b>	- Rafael Alejandro Arce Elvira
<b>ANTECEDENTES DEL TEMA</b>	- La investigación se efectuó debido a que una parte de los profesionales de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social afirmaron que era muy difícil hallar empleo en el área de la comunicación. Otra causa que motivó el trabajo fue conocer si el perfil profesional respondía a las exigencias del mercado laboral.
<b>PROBLEMA</b>	- ¿De qué manera y por qué la formación académica (teoría y práctica) de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA se relaciona con la demanda laboral en la ciudad de La Paz? (2008-2009)

<p><b>OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN</b></p>	<p>- Estudiar las relaciones y los factores que intervienen entre la formación académica de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social y la demanda del mercado laboral en la ciudad de La Paz (2008-2009).</p>
<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p>	<p>- Analizar el perfil profesional, el plan de estudios, los programas de enseñanza, el perfil docente, los niveles de decisión, la biblioteca y la infraestructura de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en el periodo 2008-2009.</p>
<p><b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b></p>	<p>- Para la investigación, se hizo un análisis del perfil profesional, del plan de estudios, los programas de enseñanza, los niveles de decisión, la biblioteca y la infraestructura. También se evaluó las convocatorias para los profesionales en comunicación social publicados en medios escritos.</p>
<p><b>RESULTADOS</b></p>	<p>Las principales conclusiones de la investigación son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El perfil profesional que propone la carrera está calificado porque contempla las características, los conocimientos y las habilidades que requiere el mercado laboral pero no se relaciona de forma eficiente en el área práctica por las deficiencias que hay en la carrera.</li> <li>- El plan de estudios de la carrera tiene más materias teóricas que prácticas, lo cual afecta a la formación académica y por ende la oferta profesional.</li> <li>- La mayoría de las instituciones requieren profesionales con un amplio conocimiento práctico.</li> </ul>

<b>ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	- La investigación establece que el perfil profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA no se relaciona eficientemente con el ámbito práctico. Además, indica que el plan de estudios de la carrera tiene más materias teóricas que prácticas, lo cual afecta la formación académica y el ejercicio en el campo laboral que requiere de herramientas prácticas.
<b>OBSERVACIONES</b>	- Una de las observaciones que se hizo a la investigación es que solo efectuó un análisis de las convocatorias para profesionales publicadas en medios impresos cuando se podría haber realizado entrevistas a ejecutivos de los medios de comunicación e instituciones públicas y privadas para conocer los conocimientos, habilidades, destrezas y valores que hoy requiere el mercado laboral de los comunicadores.

**FUENTE:** Arce, R. **La formación académica de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA y su relación con la demanda del mercado laboral para los comunicadores. Licenciatura en Comunicación Social. La Paz. UMSA, 2011.**



#### CUADRO N° 4

##### Segundo caso

<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO</b>	- La articulación teórica-práctica y el diseño del plan de estudios de la especialidad de Comunicación Social del bachillerato técnico de la Unidad Educativa Don Bosco de la ciudad de La Paz.
<b>AUTOR</b>	- Walter Horacio Jemio Pizarroso
<b>ANTECEDENTES DEL TEMA</b>	- La investigación busca actualizar el currículo, vigente desde 1992, de la rama técnica de la Unidad Educativa Don Bosco de la ciudad de La Paz de acuerdo con el avance tecnológico y el uso de nuevos recursos como: los programas informáticos y el internet. - Los contenidos de la especialidad no integran los aspectos prácticos con los conocimientos teóricos, lo cual reduce las posibilidades para que los estudiantes afronten los retos que exigían los avances tecnológicos.
<b>PROBLEMA</b>	- ¿Responde el plan de estudios de la especialidad de Comunicación Social de la Unidad Educativa Don Bosco de la ciudad de La Paz a los avances tecnológicos y las demandas de los estudiantes?
<b>OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN</b>	- Diseñar un nuevo plan de estudios para la rama técnica de Comunicación Social de la Unidad Educativa Don Bosco, turnos mañana y tarde, de la ciudad de La Paz.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	- Definir los objetivos de la rama técnica de Comunicación Social de la Unidad Educativa Don Bosco de la ciudad de La Paz. - Establecer la misión, visión y fines de la rama técnica de Comunicación Social de esa unidad educativa.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el plan de estudios anual de la rama técnica.</li> <li>- Proponer la infraestructura y los recursos técnicos necesarios para la puesta en marcha del plan de estudios sugerido.</li> </ul>
<b>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN</b>	- Para la investigación se utilizó las técnicas de la observación de campo, el estudio de casos y la investigación participativa.
<b>RESULTADOS</b>	- Uno de los resultados más importantes del trabajo es el diseño del nuevo plan de estudios para la rama técnica de Comunicación Social de la Unidad Educativa Don Bosco de la ciudad de La Paz. El documento además establece los objetivos, la misión y la visión de esa rama.
<b>ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	- El trabajo permitió actualizar y rediseñar el plan de estudios de la rama técnica de Comunicación Social de la Unidad Educativa Don Bosco de acuerdo con el avance de los recursos tecnológicos. El trabajo buscaba integrar la teoría y la práctica y que se brinden más herramientas prácticas para el ejercicio profesional.
<b>OBSERVACIONES</b>	- Una de las observaciones a la investigación es que no incluye un diagnóstico sobre las necesidades del mercado laboral, el cual hubiera sido vital para rediseñar el plan de estudios para la rama técnica de Comunicación Social de la Unidad Educativa Don Bosco de la ciudad de La Paz.

**FUENTE: Jemio, H. Articulación teórico-práctico y diseño de la malla curricular de la especialidad Comunicación Social del bachillerato técnico de la Unidad Educativa Don Bosco. Licenciatura en Comunicación Social. La Paz. UMSA, 2010.**

## **2.2 Marco teórico y conceptual**

### **2.2.1 Comunicación**

Erick Torrico (1993) indica que la comunicación es una herramienta y un recurso indispensable para la supervivencia humana y para el desarrollo social o para el subdesarrollo. La comunicación resulta un factor innato del ser humano que se puede concebir como un proceso de intercambio de significaciones, es decir de ideas, conceptos, representaciones de la realidad, formas de vida y otros. El proceso comunicativo se lleva a cabo principalmente mediante conjuntos sistematizados de signos que reemplazan a los objetos ideales o fácticos que al ser representados por un código verbal, icónico o mixto adquieren la facultad de ser comunicables. (p. 9).

En esa línea, la comunicación se concibe como un proceso de intercambio de ideas, conceptos, representaciones, formas de vida y otros. Dicho proceso se efectúa a través de mensajes, signos y otros que son comunicables.

#### **2.2.1.1 El proceso comunicacional**

Torrico (1993) señala que la experiencia de la comunicación humana consiste en percibir una realidad interna o externa y asimilarla, sustituirla por signos que la representen y la recompongan lingüísticamente para comunicarla y para cumplir esas etapas se requiere:

- Un repertorio constituido por las experiencias comunes, la cultura, es decir el marco referencial compartido.

- Signos y representaciones sensibles que reemplacen a los objetos de la realidad.

- Códigos: normas para utilizar, combinar y comprender los signos.

Pero ese sólo es el comienzo del proceso comunicacional ya que para que el mismo ocurra de forma efectiva se precisa de algunos elementos básicos y complementarios.

- Los elementos básicos son: el emisor (transmisor, remitente o comunicador uno), el mensaje (contenido conceptual comunicado), el medio (vehículo de transmisión) y el receptor (destinatario, perceptor, o comunicador dos). De esta manera, la comunicación se define como alguien que dice algo por medio de algo a alguien.

- Los elementos complementarios que hacen posible la comunicación son: el contexto (que determina a emisor, mensaje, medio y receptor) el canal (por donde viaja el mensaje), el lenguaje y el código (que componen el mensaje), las habilidades comunicativas (de codificación y decodificación, de conocimiento del medio, determinación del emisor/receptor, claridad de propósitos, manejo de técnicas y otros) y la retroalimentación (feed-back, retroalimentación, rebote, respuesta que promueve el flujo constante de los mensajes).

### **2.2.1.2 Tipos de comunicación**

Entre los tipos de comunicación se encuentran:

### **2.2.1.3 Comunicación corporativa**

La comunicación corporativa se ha convertido en un elemento estratégico para las organizaciones públicas y privadas para llegar a su público objetivo y dar a conocer sus productos, sus servicios y sus logros.

Paul Capriotti (1999) señala que la comunicación corporativa es “la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos, es decir que la comunicación corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma” (p. 1).

Según Capriotti, la comunicación corporativa tiene una serie de premisas fundamentales como:

#### **- Todo comunica en una organización**

En una compañía o entidad no solo comunican los anuncios publicitarios o las campañas de relaciones públicas sino toda la actividad de la empresa, desde sus productos y servicios hasta el comportamiento de sus miembros, aspectos que deben ser coherentes con todos los mensajes promocionales de la empresa. Lo que los clientes piensan de una empresa es el resultado de la comunicación, así como de su experiencia y de la experiencia de los demás con la empresa.

### **- La comunicación corporativa es generadora de expectativas**

Todas las actividades de comunicación que realice una organización refleja lo que se puede esperar de los productos o servicios de la compañía, así como de la propia empresa en su funcionamiento, las soluciones y los beneficios que otorga a sus clientes.

La medida influirá en el grado de satisfacción de su público objetivo.

### **- La comunicación corporativa debe ser integrada**

Si reconocemos que hay varios aspectos que comunican en la organización estos se deben planificar de forma adecuada para que haya coherencia, apoyo y reafirmación mutua entre las diferentes alternativas comunicativas.

Lo adecuado es identificar las necesidades comunicativas de cada uno de los clientes con los que queremos comunicar y en función de aquello se establecerán los objetivos, el mensaje y las acciones necesarias (publicidad, relaciones públicas y otros). Con esto, se logrará una mayor coherencia en la comunicación de la organización y se obtendrá un efecto sinérgico entre las diferentes acciones.

#### **2.2.1.4 Comunicación para el desarrollo**

Erick Torrico (2010) indica que la comunicación democrática para el desarrollo es la utopía orientadora del pensamiento es la obra y enseñanza de Luis Ramiro Beltrán, el mayor comunicólogo boliviano y uno de los más influyentes especialistas latinoamericanos en la Comunicación para el Desarrollo en el ámbito internacional. (p. 1).

Torrigo sostiene que en 1974 Beltrán concibió a la comunicación social como “un proceso de interacción democrática, basado en el uso de símbolos, por medio del cual los seres humanos intercambian libremente —de manera dialogada y equitativa— sus experiencias de afecto, actitud y comportamiento, influyéndose mutuamente en su conducta con varios propósitos diferentes”.

En tanto, Beltrán en 1979 en su modelo de comunicación horizontal estableció que la comunicación es “el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación”.

### **2.2.2 Periodismo**

El autor Torrigo (1993) explica que el periodismo es una actividad organizada de información noticiosa (y de opinión) que utilizando un sistema de difusión cualquiera o alguno de divulgación lleva una serie de datos ordenados y relativos a uno o varios de la realidad exterior a un público general o específico con intervalos de tiempo establecidos. (p. 29).

El periodismo recoge las principales manifestaciones de la vida social y luego las procesa (las trabaja periodísticamente), las reenvía al contexto del que es producto, con lo cual proporciona elementos capaces de contribuir al avance, al estancamiento o al retroceso de la sociedad.

Amparo Canedo (2010) sostiene que el periodismo es una de las áreas del campo de la comunicación. El periodista busca, consigue y organiza la información usando procesos de selección y jerarquización en los que entran en juego tanto su microcosmos como las fuentes con su propia manera de ver el mundo. Para hacer su trabajo se debe tomar en cuenta principios éticos. (p. 31).

### **2.2.2.1 Tipos de periodismo**

El periodismo es clasificado de diversas maneras que se basan tanto en la mayor o menor amplitud temática de una publicación o un programa informativo, como el tratamiento que se otorgue al contenido, en las finalidades del trabajo profesional o en el tipo de medio que se utiliza para comunicar los mensajes.

Si se toma en cuenta la amplitud o las restricciones temáticas que tiene un órgano periodístico existe una distinción entre el periodismo de información y el periodismo especializado.

- El periodismo de información al que está acostumbrado el lector, radioyente y espectador comprende información y opinión, local, nacional y del extranjero relacionada con todas las áreas de la actividad humana (o por lo menos que aparecen en los diarios como: política, economía, educación, salud, religión, sociales, misceláneas y otros) y que son difundidas de forma amplia o en secciones.



- El periodismo especializado se ocupa específicamente de un campo temático concreto, único, que puede ser económico, político, literario, científico, deportivo y otros cuyos mensajes llegan al público mediante espacios diferenciados (suplementos) que utiliza el periodismo en general, aunque también son incorporados en el mismo cuerpo pero en secciones especiales.

#### **2.2.2.2 Nuevo periodismo**

Para el nuevo periodismo no es importante el hecho noticioso, sino describir las historias y los detalles del hecho ocurrido que recreen la atmósfera del suceso.

Torrice (1993) explica que el nuevo periodismo prescindió de la obsesión por la objetividad y se literaturizó. Ya no era lo importante el hecho noticioso sino las historias, los detalles que están detrás o alrededor de ese hecho y que casi nunca son de conocimiento público. El redactor narra desde su punto de vista personal y en tono humorístico, de terror o intriga, lo que vivió al obtener los datos de la información y los detalles de la experiencia vivida por los protagonistas del suceso. (p. 53).

La verdad de los hechos, pulida y destilada es el mayor interés del periodismo tradicional, pero para el nuevo periodismo lo más significativo son los hechos mismos, con todas las impresiones psicológicas que se derivan de ellos y con todas las figuras retóricas necesarias para recrear el escenario y la atmósfera. (Torrice, 1993, p. 53).

### **2.2.2.3 Periodismo de investigación**

El periodismo de investigación requiere un minucioso proceso investigativo y un seguimiento en detalle de un hecho informativo con el fin de establecer sus antecedentes, sus causas, los involucrados y sus efectos en el contexto para que la problemática sea corregida y se castigue a los culpables.

Torrigo (1993) asevera que el periodismo investigativo es conocido como el periodismo de destape porque conlleva un proceso de investigación más complejo y tiene un propósito final de beneficio social. Este periodismo busca lograr que una irregularidad determinada sea superada y que una falta sea encomendada o que los responsables de una situación negativa sean sancionados moralmente o legalmente. (p. 54).

Diversos medios de difusión disponen de unidades de investigación que son equipos humanos que se ocupan de hacer el seguimiento minucioso de un hecho informativo hasta desentrañar sus orígenes, establecer sus ramificaciones e identificar a los involucrados y que mediante la publicación de informes documentados se ejerza presión pública para que las anomalías sean corregidas y los culpables sean castigados. (Torrigo, 1993, p. 54).

El periodismo de investigación cumple una función de fiscalización basada en el derecho a informar y ser informado usando recursos honestos, con rigurosidad profesional y analizando datos fidedignos.

#### **2.2.2.4 Periodismo de análisis político**

El periodismo de análisis político consiste en la realización de un diagnóstico de la situación actual o de la coyuntura actual. Este tipo de periodismo evalúa las características de un momento específico del fenómeno sociopolítico, sus causas y proyecta los acontecimientos futuros.

El análisis político de coyuntura, en el caso del periodismo, es la explicación que hace el periodista especializado de las características y condiciones de un determinado momento de la pugna del poder o dentro de él y consiste en un proceso sistemático de recolección informativa, ordenamiento y jerarquización de los datos de la realidad, evaluación de los mismos y recodificación conducente a establecer elementos claros y útiles para comprender un hecho social y delinear algunas consecuencias que se producirán a partir de aquel. (Torrico, 1993, p. 55).

Según Torrico, el diagnóstico político consta de tres pasos. El primero es la explicación que es la descripción racional y detallada del hecho, el segundo es la interpretación que consiste en la valoración, el juzgamiento y la confrontación de ese suceso y el último es la prospección que se refiere a la predicción sobre el probable curso que seguirán los acontecimientos futuros.

#### **2.2.2.5 Periodismo popular**

El periodismo popular establece las necesidades, las expectativas y los intereses colectivos de la sociedad. Los recursos que utilizan expresan contenidos contestatarios.

Torrigo (1993) señala que el “periodismo popular es aquel realizado por los trabajadores materiales e intelectuales con todo tipo de recursos y expresa las necesidades, expectativas, intereses colectivos y que son completamente contestatarios” (p. 57).

#### **2.2.2.6 Periodismo para el desarrollo**

El periodismo para el desarrollo busca emitir información para mejorar el bienestar social y material de la sociedad, el desarrollo autosostenido, la unidad regional y otros temas relacionados con los derechos humanos y otros.

“El periodismo para el desarrollo tiende a recuperar la presencia internacional de los países chicos mediante informaciones que se refieren al mejoramiento del bienestar social y material, que creen actitudes favorables al desarrollo y retengan valores que preserven la dignidad humana y alienten una relación beneficiosa entre el individuo y la sociedad” (Torrigo, 1993, p. 59).

Beltrán es reconocido como uno de los fundadores de la corriente científica progresista denominada “Escuela Crítica Latinoamericana de Comunicación”.

Para Beltrán (2012) la comunicación para el desarrollo es la “noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear un atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y del crecimiento económico” (s. p.).

Dicho autor efectúa un matiz sobre la “comunicación de apoyo al desarrollo” a la que considera una actividad planificada y organizada como un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de organizaciones y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo.

Beltrán además define la comunicación alternativa para el desarrollo democrático” como la manera de expandir y equilibrar el acceso de la participación de la gente en el proceso de comunicación tanto a niveles masivos como a los de base. Añade que el desarrollo debe asegurar los beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría. (s. p.).

#### **2.2.2.7 Periodismo digital**

Salaverría (2001) define al periodismo digital como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo difundir contenidos periodísticos” (p. 393).

Este nuevo tipo de periodismo se caracteriza porque el soporte informativo son las nuevas tecnologías de la comunicación. El internet y la telefonía móvil han posibilitado que la información llegue de forma inmediata, eficaz y desde cualquier lugar.

Asimismo, el periodismo digital ha posibilitado que la ciudadanía pueda participar de forma activa en el proceso de información debido a que brinda contenidos sobre un hecho ocurrido de forma inmediata y desde el lugar del acontecimiento, incluso antes que los periodistas de los diferentes medios de comunicación.

En esa línea, Coleman (2005) atribuye a este tipo de periodismo la facultad de abrir oportunidades sin precedentes para “una participación pública más inclusiva en la deliberación de las cuestiones políticas” (pp. 177-198).

La red se define por su capacidad de comunicación instantánea y democrática. Está abierta a todos los ciudadanos que tengan a su alcance la conexión y los mecanismos para acceder a los mensajes, a través de ella, que fluyen de forma inmediata y sin espacio limitado.

La red de redes ha permitido que los profesionales en comunicación puedan hacer un “mejor periodismo” debido a que pueden acceder a información de todo tipo. Silvia Cobo (2012) señala que el internet “se ha convertido en una herramienta indispensable para que cualquier periodista trabaje en un medio o en un gabinete de comunicación” (pp. 16-17).

Además, la red se presenta como un medio que integra y supera a todos los demás y genera nuevas capacidades expresivas a partir de productos multimedia que son interactivos e hipertextuales.

Ante esto, el periodismo ha tenido que incorporar en sus rutinas de producción a los formatos establecidos en la red de redes. Por ello, este entorno ha redefinido el perfil profesional y las habilidades de los periodistas que deben adaptarse a las nuevas formas de concebir, contrastar y difundir la información.

### **2.2.3 El mercado de trabajo**

El Servicio de Orientación Laboral de la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA) establece que el mercado de trabajo es el “espacio en el que se encuentran los empleadores que ofrecen empleo y los demandantes que son quienes buscan trabajo” (p. 3).

En ese marco, el mercado de trabajo es el sitio en que se ofrece empleo y los demandantes son quienes buscan una fuente laboral.

Dicho servicio indica que los empleadores pueden ser administraciones públicas y empresas privadas. En tanto, los demandantes son todas las personas que están en la situación legal de trabajar; se consideran activos a las personas que tienen un empleo e inactivos a aquellos que están disponibles para trabajar y buscan activamente empleo.

### **2.2.4 El encargo social**

En 2008, Estenoz, Sotolongo y Marén coincidieron en que el encargo social es la necesidad que tiene la sociedad de formar a las nuevas generaciones de acuerdo con sus intereses. La formación del hombre busca prepararlo para la vida (p. 1).

Los autores afirman que la naturaleza de dicho objeto es social, en el que la expresión concreta del aula en la que se manifiestan las relaciones entre los estudiantes y el profesor tiene su esencia social en la preparación para la vida de las nuevas generaciones por las precedentes para que sean capaces de desempeñarse en el seno de la sociedad. Si se considera la sociedad como un sistema entonces la escuela es un subsistema de ésta.

### **2.2.5 El currículo**

El Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana (2010) establece que el currículo es el proyecto que preside las actividades educativas escolares, precisa sus intenciones y proporciona guías de acción adecuadas y útiles para los profesores que tienen la responsabilidad directa de su ejecución.

Además, define las características fundamentales del proceso de enseñanza y aprendizaje estableciendo el vínculo entre el ideal del hombre que determina la pedagogía y su expresión en la realidad escolar de naturaleza didáctica.

En la enseñanza, el currículo es una estructura íntegra y secuencial de un curso de estudio completo. Es el conjunto de contenidos, actos y valores que componen el currículo y se elabora en ambientes organizados de relación y comunicación para generar procesos de enseñanza y aprendizaje.

(CEUB, 2010, p. 113).

En ese sentido, el currículo es la estructura de las actividades educativas escolares que guía las acciones del proceso de enseñanza y aprendizaje. También establece el conjunto de contenidos, actos y valores.



### **2.2.5.1 Diseño curricular**

La Resolución del Honorable Consejo Universitario (HCU) 251/2012 sobre las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante de las carreras y de programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular sostiene que el “diseño o rediseño curricular debe sustentarse en un modelo curricular que sea afín a la carrera o programa de desconcentración. Es admisible una combinación de modelos teórico y curriculares” (2012, p. 3).

El documento elaborado por el doctor Guillermo Aguilar Salvatierra señala que el diseño o rediseño curricular se respalda en un modelo curricular que sea similar a la carrera o programa de desconcentración.

### **2.2.5.2 Bases y fundamentos curriculares**

Las bases y fundamentos curriculares se refieren a los enfoques filosóficos, epistemológicos, psicopedagógicos y sociológicos del programa que guían la formación profesional.

“Las bases y fundamentos curriculares constituyen los enfoques filosóficos, epistemológicos, psicopedagógicos y sociológicos del programa mediante los cuales se orienta la formación profesional” (UMSA, 2012, p. 3).

### **2.2.5.3 Plan de estudios**

La Resolución del Honorable Consejo Universitario (HCU) 251/2012 sobre las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante de las carreras y de programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular establece que el plan de estudios es la organización de asignaturas integradas horizontal y verticalmente que dispone la carga horaria, la duración de los estudios, el carácter semestralizado, anualizado, mixto o modular y el valor crediticio (2012, p. 3).

La norma indica que el plan de estudios debe guardar coherencia y correspondencia en la estructura curricular y debe ser pertinente con el perfil profesional. También debe establecer un código de identificación, una carga horaria (incluyendo la carga horaria para la graduación), créditos y prerrequisitos.

Asimismo, la resolución señala que el plan de estudios debe tener una caracterización semestralizada, anualizada, mixta o modular y debe guardar correspondencia con los objetivos de la carrera o programa de desconcentración, perfil profesional, objetivos de las asignaturas y desarrollo de contenidos.

Además, en el plan se debe definir el número de semanas lectivas por semestre o por año y se deben establecer instrumentos de seguimiento, supervisión y evaluación del mismo.

#### **2.2.5.4 Perfil profesional**

El perfil profesional está constituido por un sistema integrado de objetivos educativos, instructivos y desarrolladores cuyo cumplimiento se traduce en la formación integral del profesional, según la Resolución del Honorable Consejo Universitario (HCU) 251/2012 sobre las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante de las carreras y programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular.

En esa línea, el perfil profesional está compuesto por objetivos educativos, instructivos y desarrolladores que deben cumplir los estudiantes para alcanzar una formación integral del profesional.

Dicha normativa detalla que se debe establecer en forma clara el perfil profesional con una descripción general de los conocimientos, las competencias, las habilidades, las aptitudes y los valores que desarrollará el estudiante al titularse. Además, debe definirse con precisión el objeto de la profesión y debe identificarse las tareas profesionales.

Asimismo, el perfil profesional debe ser pertinente con la misión de la UMSA, la misión de la carrera o el programa de desconcentración.

#### **2.2.5.5 Estructura curricular**

La resolución del HCU 251/2012 sobre las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante de las carreras y programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular, aprobada el 4 de junio de 2012, establece que la estructura curricular es “la articulación de objetivos, áreas de conocimiento, ciclos o módulos con el perfil profesional que se expresan en la malla o mapa curricular” (p. 3).

El plan de estudios de la carrera debe tener una estructura curricular coherente y pertinente con el perfil profesional. La organización de asignaturas por áreas académicas debe guardar correspondencia con el perfil profesional.

La estructura curricular debe tener coherencia y correspondencia con la normativa universitaria. Además, ésta debe establecer las asignaturas en su condición de formación básica, de especialidad, de formación integradora (troncal), transdisciplinaria, obligatoria u optativa.

Asimismo, la estructura curricular debe expresar en forma precisa la relación entre áreas y niveles de formación profesional.

#### **2.2.5.6 Modelo teórico curricular**

El modelo teórico curricular incorpora los principios que definen los elementos del currículo que sustentan los procesos curriculares y la intervención educativa en la formación profesional.

“El modelo teórico curricular es una representación sistémica doctrinal que incluye los principios que determinan los componentes del currículo, cuya orientación sustenta los procesos curriculares y la intervención educativa en la formación profesional” (UMSA, 2012, p. 3).

En ese contexto, el diseño o rediseño curricular debe sustentarse en un modelo curricular que sea afín a la carrera o programa de desconcentración. Se puede admitir una combinación de modelos teórico curriculares.

#### **2.2.5.7 Las bases y fundamentos curriculares**

Las bases y fundamentos curriculares constituyen los enfoques filosóficos, epistemológicos, psicopedagógicos y sociológicos del programa mediante los cuales se orienta la formación profesional, según la Resolución del HCU 251/2012 sobre las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante de las carreras y programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular.

En esa línea, el diseño o rediseño curricular debe establecer las bases y fundamentos curriculares explícitos (filosóficos, epistemológicos, psicopedagógicos y sociológicos).

### **2.3 Enfoque epistemológico**

La presente investigación define como objeto de estudio la reconfiguración del perfil profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, es decir que incursiona en la comprensión de las dimensiones previas al tratamiento de este componente de la planificación curricular.

Bajo este influjo cognitivo, se asumen criterios de reflexión epistemológica para encontrar la verdad científica del hecho comunicacional capaz de develar las intenciones discursivas e interesadas de la información.

En esta perspectiva, se asume una postura epistemológica crítica, con tendencia a explicar los hechos comunicacionales, de manera clara veraz y fidedigna, superando las intencionalidades ligadas a la reproducción del poder hegemónico.

La base epistemológica adoptada proyecta juicios generadores de enunciados verdaderos que expliquen los fenómenos comunicacionales de manera clara y fidedigna, es decir que se orienta a la búsqueda de la verdad científica, mediante la acción del sujeto cognoscente para comprender la realidad tal como es y no como parece ser.

La posibilidad de comprensión y explicación científica de la acción comunicativa del filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas no puede alcanzarse si la interpretación se limita a los reductos desconectados de la totalidad social.

Sin embargo, en esta vertiente de conocimiento la totalidad debe entenderse dialécticamente interpretando las contradicciones que surgen del uso interesado del lenguaje.

La reflexión de la totalidad social se expande ante las estructuras organizadas que reconocen las ciencias sociales, estructuras organizadas que son producto de las interacciones de los elementos que las constituyen en un determinado momento histórico, que si bien son constituyentes del todo social también son portadoras de la opinión cuestionadora de las imperfecciones del todo social constituido, que si no se reordena constantemente puede llegar a situaciones entrópicas de desorden, caos, destrucción, deterioro y de dispersión como sistema.

Los procesos de la entropía son concebidos como la destrucción gradual o repentina de los objetos inviolados, es decir, una degradación que implica la destrucción de la forma.

“La entropía define el orden sencillamente como un ordenamiento improbable de elementos, independientemente de que la macroforma de este ordenamiento se halle bellamente estructurado o esté arbitrariamente deformado; y llama desorden a la disolución de tal ordenamiento improbable”  
(Cesarman, 1982, s. p.).

La alusión a los factores entrópicos en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA intenta explicar que toda pérdida de energía académica dificulta la actualización curricular y desconecta a la unidad de formación universitaria del macrocontexto al que pertenece en aparente degradación de energía académica.

En esta breve revisión epistémica es necesario acudir al sociólogo alemán Niklas Luhmann (2000, p. 109-110) al abordar la sociedad como un complejo sistema de comunicación, un sistema vinculado a su entorno, del cual recibe influencia que define su naturaleza de sistema; cada sistema tiene una modalidad de comunicación a partir del que se auto organiza diferenciándose de los otros.

Así se explica el sistema económico, el sistema político y en nuestro caso el sistema educativo, más propiamente el sistema académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA que por su funcionalidad tiene autoreferencia y heteroreferencia con las condiciones que derivan del macrosistema de la comunicación institucionalizada del entorno.



## **CAPÍTULO III**

### **MARCO CONTEXTUAL**

#### **3.1 Creación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social**

La carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA nació ante la necesidad de formar recursos humanos en el campo de la comunicación social boliviana debido a que había pocas universidades públicas que ofertaban dicha carrera. Su historia se remonta a episodios satisfactorios, de inestabilidad, de protestas, de lucha y de transformación estructural a fin de mejorar las condiciones y la formación de los comunicadores sociales. A continuación, los sucesos más importantes de su historia:

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA (1998), denominado el libro azul, indica que a inicios de 1984 había pocas carreras en esa área en las universidades públicas. En ese entonces, la situación de pobreza y la dependencia del país generaron la necesidad de formar profesionales en el campo de la comunicación con un profundo sentido crítico, conscientes de la realidad que vive el país y el mundo, en una etapa de acelerado avance de la tecnología en la comunicación (p. 9).

El libro azul señala que tras meses de estudio, la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA decidió crear en junio de 1984 las carreras de Comunicación, Antropología y Arqueología. En agosto del mismo año, se aprobó vía Resolución 1/167/145/84 del Honorable Consejo Universitario (HCU) la creación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en la ciudad de La Paz.

Un mes antes, el 19 de junio de 1984, se fundó la carrera de Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad Técnica de Oruro (UTO), mediante la Resolución 090-84 del HCU, de la ciudad de Oruro (Durán, 2011, p. 3).

La determinación se dio luego de que el doctor Jorge Calvimontes y Calvimontes, que desempeñaba funciones como Asesor Cultural dependiente de la Extensión Universitaria de la UTO, planificó la creación de una Escuela de Periodismo con el apoyo del Sindicato de la Prensa de esa ciudad.

El Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) indica que dicha carrera en La Paz se creó con el objeto de contribuir a la formación de recursos humanos en el área de la comunicación social boliviana que no existía en el sistema de universidades públicas (p. 7).

Dicha carrera comenzó con 500 estudiantes y estaba basada en el pónsum de la Universidad Católica Boliviana (UCB). La carrera fue organizada por su primer director, el Licenciado Gualberto Lizárraga y las Licenciadas Sandra Aliaga y Magaly Vega. Después se rediseñó el plan de estudios con las primeras jornadas académicas efectuadas en 1984.

El libro azul establece que desde entonces la carrera ha tenido una vida complicada debido a su prematura creación, la falta de equipamiento necesario para su funcionamiento y por la gran popularidad de los estudios en comunicación que, desde un inicio, ocasionó que haya un gran número de estudiantes.

Por ese motivo hubo una inestabilidad de la carrera que desembocó en la necesidad de cambiar la estructura académica en las gestiones 1985, 1986 y 1987 pero que no se modificó de manera sustancial.

Los problemas permanentes en la carrera eran la insatisfactoria formación profesional, la gran cantidad de egresados que no podían obtener su título y otras dificultades que motivaron a las autoridades de la carrera a buscar una transformación estructural.

### **3.2 Primer Congreso Académico de Comunicación Social**

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA (1998) indica que tras un periodo de preparación se inauguró en marzo de 1996 el Primer Congreso Académico de la carrera. En el encuentro se presentaron diez propuestas generales de transformación del plan de estudios y en esas jornadas académicas se analizó una decena de propuestas parciales. (p. 8).

Dichas propuestas presentadas se estudiaron durante meses y se debatieron los diagnósticos y otros aspectos de las mismas. Uno de los temas principales que se discutió fue la filosofía de la praxis de la educación superior, el tratamiento de la temática abarcó semanas.

Se organizaron diversos seminarios con la participación de personalidades del área de la comunicación en Bolivia sobre diferentes temáticas. Además, se efectuaron encuestas y se recibió la visita de los importantes profesores en ese campo como: Juan Gargurevich, de Perú, y Marques de Melho, de Brasil.

Tras una serie de dificultades como la oposición de un grupo de docentes que hacían campaña en contra del evento en sus aulas y ante autoridades superiores de la UMSA y la ola de paros e interrupciones que vivió el país en 1997 se realizaron las plenarias finales, entre el 30 de junio y el 8 de julio de 1998, en el paraninfo de la UMSA con una masiva asistencia de docentes y estudiantes, donde se emitieron las conclusiones finales que fueron presentadas a las autoridades superiores de la casa de estudios estatal.

### **3.3 Nuevo Plan de Estudios**

En el Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013), se menciona que en 1997 la carrera de Ciencias de la Comunicación Social ingreso a una nueva etapa de su vida institucional con la aplicación del nuevo plan de estudios aprobado por el HCU, que luego de 20 años continúa vigente (p. 8).

El documento señala que ese currículo, con su estructura central en los talleres síntesis y verticales, buscaba garantizar la unidad entre la teoría y la práctica para la formación del futuro comunicador social.

El plan de estudios cuenta con cuatro modalidades de graduación que son: la tesis de grado, el examen de grado, el trabajo dirigido y el proyecto de grado.

El libro azul (1998) manifiesta que se denomina taller de síntesis a la materia troncal del mapa curricular que posibilita la aplicación de la carga curricular implementada en las materias teóricas en problemas concretos (p. 37).

En tanto, el taller vertical es una modalidad del taller de síntesis que consiste en el trabajo grupal de los estudiantes de segundo, tercero y cuarto año que conforman grupos específicos y son dirigidos por un docente.

El taller síntesis busca aplicar una práctica concreta bajo cuatro líneas de formación que el estudiante puede elegir: televisión, radio, prensa y el taller abierto.

Uno de los objetivos del taller síntesis es colectivizar y socializar el proceso de enseñanza aprendizaje, a través de la modalidad del taller vertical.

Otro de los objetivos del taller es posibilitar la interrelación entre la teoría y la práctica ante los problemas concretos de la realidad social y evitar la atomización del conocimiento, donde la implementación e instrumentación de las materias se desarrollan sin una relación definida y concreta.

En la presentación del programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (1998), el entonces director de la carrera, José Bernal explicó que el nuevo plan de estudios nació fruto de un diagnóstico en sesiones maratónicas de trabajo que develó la causa principal de las deficiencias académicas en la carrera que era la separación entre la teoría y la práctica en el proceso de conocimiento. (p. 8).

“De ahí nació la necesidad de crear un nuevo currículo que tenía como eje articulador la unión entre la teoría y la práctica en el proceso de enseñanza de aprendizaje: esto es el Taller Vertical Síntesis” (UMSA, 1998, p. 8).

El documento establece que el nuevo currículo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social con su estructura central en los talleres síntesis y verticales garantizaría la unidad entre la teoría y la práctica para la formación del futuro profesional.

El libro azul menciona que el p nsum anterior al vigente se caracterizaba por ser “ambiguo” porque comprendía muchas materias que se desarrollaban en semestres y no había continuidad, lo cual ocasionaba que los “estudiantes abarquen todo y se encuentren desorientados al culminar sus estudios” (p. 8).

Dicha situación provocó la frustración de gran parte de los estudiantes, lo cual se reflejaba en la graduación de cuatro profesionales y muchos desocupados en el mercado de trabajo.

### **3.4 Toma del exedificio de la Corporación Minera de Bolivia (Comibol)**

El Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) menciona que en 1999 ante el aumento vegetativo de los estudiantes y la escasez de recursos para ampliar la infraestructura y adquirir equipamiento la carrera se declaró en estado de emergencia con el objetivo de que las autoridades académicas den una solución a sus demandas. (p. 9).

Ante esta situación, el 26 de abril se convocó a la Asamblea Docente Estudiantil de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social en la que se decidió tomar el exedificio de la Comibol debido a que no se le estará dando la utilidad correspondiente.

“La noche del 26 de abril, alrededor de 200 estudiantes y 10 docentes ingresaron a sus instalaciones, haciendo guardia, entre cansancio, hambre, injusticia e incertidumbre”.

Al día siguiente, la mayoría de los medios de comunicación informaron sobre la toma del exedificio de la Comibol realizada por los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

Ante el hecho, el viceministro de Hacienda, Ramiro Cavero, sostuvo que la medida de presión de los estudiantes era ilegal y que serían sancionados. La autoridad indicó que no negociaría bajo presión y decidió que la Policía y el Ministerio Público tomen las acciones correspondientes. En tanto, los alrededores del edificio estaban custodiados por efectivos policiales para evitar mayores problemas. (UMSA, 2013, p. 9).

Entonces, el HCU se reunió de emergencia a fin de solucionar el problema pero las alternativas no respondían a las demandas debido a que los 2.480 estudiantes de la carrera pasaban clases en siete aulas.

Por tal razón, los estudiantes se resistían a abandonar el exedificio de la Comibol y en la madrugada del 28 de abril de 1999 los policías lanzaron gases lacrimógenos y en minutos dispersaron a los estudiantes que estaban en afueras del edificio.

En tanto, en el interior del edificio la situación era desesperante porque los universitarios y docentes no podían respirar pero al mismo tiempo se resistían para evitar que sean llevados a la fuerza y sean sacados a golpes.

En el último piso, cerca de la terraza, un grupo de universitarios amenazó a los efectivos de la Policía con lanzarse al vacío si avanzaban para detenerlos pero los convencieron de no hacerlo y fueron detenidos junto a los docentes que no pudieron escapar de la violenta opresión.

En el transcurso del día se liberó a los detenidos y el Gobierno junto a una comisión de la UMSA llegaron a un acuerdo que establecía que la carrera de Ciencias de la Comunicación Social funcionaría en el exedificio del Instituto Nacional de Reforma Agraria (INRA).

### **3.5 El exedificio del INRA, la casa propia**

Después de la toma del exedificio de la Comibol, las autoridades del Ministerio de Hacienda y representantes del HCU buscaron predios para la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

Una alternativa era la Clínica de Comibol, ubicada en la zona de Obrajes pero esa posibilidad se descartó debido a un malentendido que surgió de parte de los mineros que creían que la carrera quería apoderarse de ese espacio. Por ello, se continuó buscando otro predio.

Otra opción era el exhotel Emperador, pero no era adecuado para pasar clases. En un inicio se mencionó que el exedificio del INRA podría ser una alternativa pero ésta se desestimó porque se situaba lejos del Monoblock Central.

Empero, se analizó mejor esa alternativa y se decidió aceptar el inmueble donde se desarrollarían las actividades académicas de la carrera.



De este modo, en octubre de 2003 se ocupó los ambientes del exedificio del INRA, establece el Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, emitido en 2013 (p. 10).

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (1998) señala que la carrera tuvo una vida azarosa debido principalmente a su prematura creación, la falta de equipamiento para su funcionamiento y la creciente popularidad de los estudios en comunicación social que provocó que la carrera tengan un gran cantidad de estudiantes. (p. 10).

Ante esto, la inestabilidad de la carrera generó la necesidad de realizar cambios en la estructura académica en las gestiones 1985, 1986 y 1987, pero que no hicieron modificaciones sustanciales a dicha institución.

En ese marco, en marzo de 1996, tras un periodo de preparación, se efectuó el Primer Congreso Académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, en el que uno de los principales temas que se debatieron fue la filosofía de la praxis de la educación superior.

Con el fin de dar una solución a esa necesidad, en 1997 se aprobó un nuevo Plan de Estudios, tras 13 años de vida de la carrera. El nuevo currículo tenía su estructura central en los Talleres Síntesis y Verticales que pretendían garantizar la integración de la teoría y la práctica para la formación del futuro comunicador social.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 Análisis del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA**

En 1997, la carrera de Ciencias de la Comunicación Social aprobó su plan de estudios y tras 20 años continúa vigente.

En ese contexto, el plan de estudios de la carrera fue analizado con base en las dimensiones e indicadores de la evaluación ex ante de las carreras y programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular establecida en la Resolución del Honorable Consejo Universitario (HCU) 251/2012 de la UMSA, aprobado el 4 de junio de 2012.

Dicho documento dispone que se debe someter a procesos de evaluación ex ante los planes de estudio presentados ante el Consejo Académico Universitario por las carreras y programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular. (UMSA, 2012, p. 2).

La norma pretende impulsar un proceso de gestión de calidad en el tratamiento académico de los planes de estudio de las carreras y de los programas de desconcentración en las etapas de diseño o rediseño curricular.

También indica que se debe aplicar las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante, establecidas en la norma, a los planes de estudio de las carreras y los programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular, bajo los criterios de existencia, pertinencia, coherencia, correspondencia, adecuación o suficiencia.

#### **4.1.1 Diagnóstico**

Dicha resolución establece que el diseño o rediseño curricular debe contar con un diagnóstico de necesidades de desarrollo social, regional y nacional, además debe detectar los problemas sociales y plantear métodos de solución en la perspectiva del desarrollo socio-económico.

El documento además menciona que el diseño curricular debe contar con un estudio del mercado laboral, la oferta y la demanda, debe identificar los problemas profesionales y los métodos de solución, debe examinar las características socio-laborales de los futuros titulados. Por ello, la oferta curricular debe estar contextualizada a la realidad regional y nacional.

En ese marco, el programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA fue aprobado en 1997, lo que representa que hace 20 años no fue actualizado y no se adecúa a las demandas del mercado laboral y el encargo social.

El documento aprobado en 1997 contempla la identificación de necesidades del mercado profesional en el ámbito profesional que indica que la carrera de Ciencias de la Comunicación Social debe formar profesionales eficientes e íntegros para el mercado vigente y debe aspirar a formar una intelectualidad para el campo popular. Esto representa atender los requerimientos actuales del mercado y las necesidades principalmente de las comunidades rurales y otros. (UMSA, p. 11).

También señala que los problemas difíciles de superar en ese entonces eran: la contratación de personal improvisado y empírico en los medios de comunicación debido a que el mismo es menospreciado y se le paga sueldos miserables.

Ante esto, dicho documento establece que se debía plantear nuevas tareas para la carrera de Ciencias de la Comunicación Social como las actividades itinerantes, cursos a distancia y talleres de actualización para garantizar la profesionalidad universitaria.

Actualmente, uno de los problemas que continúa vigente en los medios de comunicación es la contratación de personal empírico o de otras carreras profesionales en los puestos de presentadores de noticias, periodistas, redactores, camarógrafos, fotógrafos, responsables de comunicación en las instituciones públicas y privadas, entre otros.

Esta situación disminuye las posibilidades de los profesionales de la carrera para acceder a un empleo, así como sus pares de otras universidades.

El plan de estudios además establece que la naturaleza de la comunicación social en el mundo globalizado introdujo al mercado como nuevo medio de difusión el internet, por lo cual los cursos de actualización sobre ese campo son aún más necesarios.

En ese marco, la carrera solo ofrece el seminario optativo sobre las Nuevas Tecnologías en Comunicación y no había otros cursos de actualización sobre el manejo del internet en el campo de la comunicación, el uso de las redes sociales y el periodismo digital.

El libro azul (1998) señala también que las áreas de publicidad y propaganda ofrecían “puestos de trabajo mejor remunerados y de carácter permanente. Las empresas que venden estos servicios, probablemente todas, son privadas. No obstante, requieren de profesionales en comunicación, ahora con más frecuencia” (UMSA, p. 12).

En la última década, los campos de la publicidad y marketing en Bolivia han registrado un importante crecimiento en el sector público y privado, pero son pocas las materias del plan de estudios de la carrera que se enfocan en esa área como: Publicidad y Propaganda, Lenguaje de la Imagen, Diseño y Programación.

Además, el plan de estudios no oferta una mención en Publicidad y Marketing para que los estudiantes puedan especializarse en esa área.

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA también menciona que se observa un acelerado incremento en la demanda de profesionales en comunicación, así lo refleja la proliferación de academias, de cursos, seminarios, visitas de profesores extranjeros conferencistas y otros. Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) requieren cada vez más comunicadores.

“La demanda actual de comunicadores por el mercado tradicional es menos dinámica lo que, sin embargo, está lejos de ser una demostración de que este mercado estaría saturado, como se suele afirmar de manera irreflexiva” (UMSA, 1998, p. 12).

Tras dos décadas, las universidades públicas y privadas han ampliado su oferta en la formación de profesionales en Comunicación Social, lo mismo ocurre en institutos privados y academias, entre otros.

Dicha situación ha provocado que haya una mayor oferta de profesionales en dicha área empero las fuentes laborales han disminuido.

El libro azul además establece que en esa época el mercado tradicional comenzó a exigir profesionales que no solo tengan la destreza suficiente para el manejo de las noticias, sino que se buscaba a periodistas que también elaboren ideas (géneros de opinión), interpreten la información, expliquen la noticia y el contexto de los hechos.

Los jefes de prensa de diferentes medios coincidieron en que la demanda laboral en los medios de comunicación televisivos, radiales y escritos está saturada debido a que hay personal empírico en esos puestos y porque en los últimos años algunas empresas del rubro han cerrado por la falta de recursos.

El libro azul (1998) señala que en esa época el mercado laboral no estaba saturado y empleaba a comunicadores en los medios de difusión, con preferencias en capitales departamentales y algunas provincias.

En ese contexto, ese documento además establece que los comunicadores formados en las universidades eran contratados para trabajar en radios comunitarias, elaborar publicaciones institucionales, efectuar actividades comunicacionales en ONG, trabajar en asesorías de prensa en algunas empresas, bancos o en oficinas de relaciones públicas o en la comunicación institucional, empresas de turismo, institutos de profesionalización, oficinas públicas, docencia universitaria, publicidad y propaganda.

En la actualidad, la demanda de profesionales en los medios de comunicación está saturada pero en las últimas áreas, mencionadas en el libro azul, así como en otras se pueden acceder a más espacios laborales.

Por tal razón, en el plan de estudios se debe ampliar las tareas profesionales de los comunicadores sociales y diversificar las menciones de preespecialidad para que los estudiantes profundicen sus conocimientos en esas nuevas áreas con el fin de que puedan tener más oportunidades para trabajar.

El libro azul (1998) indica que las agencias de noticias eran un nuevo eslabón de la comunicación alternativa y popular y son una nueva necesidad “aunque solo es una aspiración todavía, empero, su materialización era una posibilidad real aunque en un plazo mediato” (p. 14).

Con los avances de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en los últimos años se ha incrementado el número de agencias de noticias y han generado nuevas fuentes de empleo para los comunicadores sociales.

#### **4.1.2 Misión**

La Resolución del HCU 251/2012 de la UMSA, aprobada el 4 de junio de 2012, sobre las dimensiones e indicadores de evaluación ex ante de las carreras y programas de desconcentración en su condición de diseño o rediseño curricular dice que la carrera debe tener una misión acorde a la misión de la UMSA (p. 2).

La misión de la UMSA fue actualizada en el Plan Estratégico Institucional 2016-2018 con visión al 2030, aprobado en junio de 2015, la cual se detalla a continuación:



La UMSA produce conocimiento científico, tecnológico y cultural, pertinente y relevante, inter y transdisciplinario que revaloriza los saberes ancestrales y promueve las políticas públicas respondiendo a la demanda y necesidades locales, regionales y nacionales, hacia un desarrollo sostenido. Forma profesionales altamente calificados, con compromiso y responsabilidad social, con reflexión y pensamiento crítico; emprendedores y constructores de una sociedad justa e inclusiva. Promueve la interacción con el Estado, la sociedad y la comunidad científica y académica internacional, impulsando la progresiva transformación y búsqueda conjunta de innovadoras soluciones; impulsando la progresiva mejora de la calidad de vida de la población, preservando el medio ambiente y fortaleciendo la identidad cultural. (UMSA, 2015, p. 35).

En tanto, la misión de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social es “formar profesionales de la Comunicación Social íntegros que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de nuestro pueblo promoviendo condiciones comunicacionales entre sus habitantes”.

Haciendo un análisis de ambas misiones se puede concluir que la misión de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social es afín a la misión de la casa de estudios superiores estatal.

#### **4.1.3 Bases y fundamentos curriculares**

Dicha resolución sostiene que en el diseño o rediseño curricular se debe establecer las bases y fundamentos curriculares que constituyen los enfoques filosóficos, epistemológicos, psicopedagógicos y sociológicos.

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA (1998) cuenta con bases y estructuras curriculares y dispone la creación del sistema de Taller Vertical Síntesis destinado a superar la separación entre la teoría y la práctica en la educación superior orientado a dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje en comunicación social (p. 19).

Sin embargo, el sistema de Taller Vertical Síntesis no ha logrado la integración entre la teoría y la práctica debido principalmente a que el contenido de ese sistema es más teórico que práctico.

Otra de las desventajas del sistema es que debido a una excesiva cantidad de estudiantes en los talleres la educación no es personalizada y no todos los integrantes de los grupos que se conforman tienen la oportunidad de realizar las prácticas académicas para adquirir las herramientas necesarias y así poder desenvolverse en el campo de la comunicación.

A ello se suma que el avance de la formación de los estudiantes en los talleres no es el mismo debido a que son de diferentes niveles y en algunos casos lo que sucede es que los estudiantes de cuarto o quinto año que tienen mayor conocimiento y experiencia deben volver a repasar algunos contenidos porque el resto de los universitarios tienen un menor nivel de formación en los talleres de radio, televisión, prensa y el taller abierto.

La estructura curricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social comprende las áreas: básica, troncal y complementaria.

Dentro del área básica están las subáreas que agrupan a las materias teóricas y técnicas que son el objeto de instrumentación como: la formación del cientista social, las teorías de la comunicación, el lenguaje y periodismo, la investigación y métodos, las técnicas y procedimientos.

El libro azul (1998) menciona que el área troncal incluye el taller síntesis que aplica una práctica concreta expresada en cuatro líneas de formación que el estudiante podía elegir como: televisión, radio o temáticas alternativas. En tanto, el área complementaria comprende los seminarios optativos o electivos, de los cuales cuatro son obligatorios.

También la estructura curricular está dividida en tres ciclos de acuerdo con los niveles de profesionalización. El nivel introductorio está constituido por el primer año cuyo objetivo es situar a los estudiantes en los procesos comunicacionales.

El nivel formativo está compuesto por el segundo, tercero y cuarto año y es un nivel de desarrollo en el taller síntesis.

Al concluir este nivel el universitario obtiene el grado de bachiller en Ciencias de la Comunicación Social. Mientras que el nivel superior está conformado por el quinto año, que es el nivel de profesionalización cuya finalización permite al estudiante estar habilitado para su graduación previo desarrollo de una de las modalidades previstas en el currículo.

## **- Fundamentos epistemológicos**

Los fundamentos epistemológicos son relevantes en el diseño curricular debido a que enlaza la investigación, el conocimiento y el aprendizaje y esto significa que orientan la naturaleza del conocimiento. Estos fundamentos permiten proporcionar información referida a los conocimientos científicos que integran las áreas, su estado natural y la evolución, la metodología del área y las vinculaciones interdisciplinarias. (UMSA, 2013, p. 30).

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA (1998) no incluye un acápite específico sobre los fundamentos epistemológicos del currículo.

Sin embargo, el Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) señala que el currículo de dicha carrera “está estructurado de forma que sus áreas del conocimiento se sustentan en materias de investigación y en talleres que permiten entrelazar la teoría de la praxis, es decir, no transmitir el conocimiento sino crear el mismo” (p. 31).

Asimismo, el documento indica que es posible percibir que la estructura de este currículo es lógica porque permite respetar la estructura epistemológica general y particular por áreas y materias.

Además en dicho informe se menciona que los fundamentos epistemológicos se encuentran implícitos en la estructura y diseño de dicho currículo.

Cabe recordar que el currículo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social está estructurado en: un área básica que agrupa las materias teóricas y técnicas; un área troncal que comprende el Taller Vertical Síntesis que tiene cuatro líneas de formación y un área complementaria que comprende seminarios optativos, de los cuales cuatro son obligatorios.

Se observa que la estructura de dicho currículo es lógica debido a que está construido por niveles y grados.

No obstante, las materias teóricas y prácticas que conforman el área básica de la carrera y los talleres que son parte del área troncal no han logrado aún superar la separación entre la teoría y la práctica debido a que la mayor parte de los contenidos son más que teóricos que prácticos.

Por ello, es necesario hallar otros mecanismos para lograr la unión entre la teoría y la práctica en el proceso de formación.

Dicha situación es uno de los factores que ha ocasionado que los estudiantes de la carrera no cuenten con las herramientas procedimentales necesarias para poder desenvolverse en el campo laboral.

También es necesario diversificar las menciones que oferta la carrera y que las mismas se desarrollen en dos años y no solo en un año como ocurre actualmente para que los estudiantes profundicen sus conocimientos, habilidades y valores en las áreas de preespecialización de la comunicación.

Dicha medida debe ser reforzada con los seminarios relacionados con las menciones escogidas y deben cursar más seminarios obligatorios para ampliar sus conocimientos.

## **- Fundamentos filosóficos**

El material de apoyo al curso de posgrado: Diseño Curricular y Calidad Educativa de la Universidad Pedagógica Enrique José Varona (2001) establece que los fundamentos filosóficos ofrecen una concepción de la vida y un ideal del hombre que busca alcanzar y orientar la finalidad educativa. Influyen en su concreción las corrientes y tendencias presentes en los objetivos educativos, la organización, la sistematización y la selección de las asignaturas, la relación entre la teoría y la práctica (p. 8).

También indica que los fundamentos filosóficos inciden en las concepciones curriculares con posiciones como: el conjunto de experiencias vividas, el compendio organizado y sistematizado de verdades, el conjunto de actividades planeadas previamente y encaminadas al desarrollo personal, así como un currículo enfocado en la solución de problemas sociales.

En el libro azul y el Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) no existe un acápite específico sobre los fundamentos filosóficos del currículo de la carrera.

Los fundamentos filosóficos de la carrera están basados en la dialéctica crítica. Para Federico Hegel, la dialéctica es el motor del concepto que disuelve pero también produce las particularidades de lo universal.

La más elevada dialéctica del concepto consiste en no considerar la determinación como límite y opuesto, sino en producir a partir de ella el contenido positivo y el resultado, único procedimiento mediante el cual la dialéctica es el desarrollo y el progreso inmanente. La dialéctica, en todos estos casos, designa un movimiento propio del pensamiento. (Castillo, 2014, s. p.).

En tanto, León Trotsky define a “la dialéctica como una ciencia de las formas de nuestro pensamiento en la medida en que no se reduce a los problemas diarios, sino que intenta llegar a una comprensión de los procesos más complicados y complejos” (Castillo, 2014, s. p.).

En ese marco, esa corriente tiene incidencia en la subárea de Formación del Cientista Social de la estructura curricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social que pretende dotar al comunicador de las herramientas teórico-conceptuales de las ciencias sociales para comprender la sociedad.

También el comunicador debe en este mismo espíritu conocer los procesos históricos del desarrollo de las sociedades, según el plan de estudios de dicha carrera.

Dicha formación además muestra la necesidad inminente de la universidad pública de contribuir de manera eficiente al desarrollo de la sociedad de la cual forma parte.

En esa línea, el comunicador debe conocer y comprender la sociedad y las leyes que rigen su desarrollo para cumplir con su parte en el proceso del desarrollo social.

Por tal razón, las materias que incluyen esta área de una u otra forma están relacionadas con esos objetivos fundamentales.

### **- Fundamentos psicopedagógicos**

Los fundamentos psicológicos nos permiten introducirnos en las características evolutivas de los estudiantes determinados por las diferentes etapas de su vida para orientarnos en el proceso metodológico del aprendizaje (Universidad Pedagógica Enrique José Varona, 2001, p. 9).

En tanto, los fundamentos pedagógicos se ocupan de atender el papel del maestro y la escuela en el proceso de enseñanza y aprendizaje. En relación con las corrientes y tendencias los fundamentos pueden variar como:

- Cuando el proceso de enseñanza se organiza a partir de situar al estudiante como centro de toda la acción educativa convirtiéndose en un sujeto activo de su propio aprendizaje, entonces la concepción curricular será más flexible, incluirá temáticas de interés y la organización del contenido tendrá un carácter globalizador posibilitando que la escuela construya su propio currículo en estrecha relación con el contexto socio-cultural, los intereses y las necesidades del estudiante y con su participación se solucionarán los problemas.

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA tampoco incluye un acápite específico sobre los fundamentos epistemológicos del currículo.



En tanto, el Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social indica que el currículo vigente de la carrera basa sus fundamentos psicopedagógicos en el enfoque por objetivos que están establecidos en las distintas áreas y materias.

Para ello, dicho documento señala que se creó el Taller Vertical Síntesis destinado a superar la separación entre la teoría y la práctica en la educación superior orientado a dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje en el área de la comunicación social.

El libro azul (1998) señala que el Taller Síntesis es producto de un esfuerzo del cogobierno universitario y nació como un plan alternativo académico de la carrera contemplando los aspectos que van desde la conceptualización de lo que se piensa que debe constituir el proceso de enseñanza aprendizaje, referido a la profesión del comunicador social, los roles asignados a la teoría y la práctica. Orientado a la integración y articulación de las materias teóricas con el taller a fin de lograr un acercamiento a la realidad nacional. (p. 39).

El fin de este plan y dentro de este sistema el Taller Síntesis será la búsqueda permanente de la “creación colectiva del conocimiento” y la integración constante entre la teoría y la práctica académica con base en los principios de organización e implementación interdisciplinaria, establece el libro azul.

En ese marco, el Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) menciona que en los talleres se generan interacciones entre los estudiantes de mayor nivel y los nuevos estudiantes que se incorporan paulatinamente a los procesos de aprendizaje, los primeros van socializando sus saberes durante la práctica del taller en expresión pedagógica del concepto del par aventajado (p. 31).

Los orígenes del constructo pueden rastrearse en la hipótesis de la zona de desarrollo próximo de Vygotsky (1979) que no es otra cosa que la distancia entre el nivel real de desarrollo determinado por la capacidad de resolver independientemente un problema y el nivel de desarrollo potencial determinado a través de la resolución de un problema bajo la guía de un adulto o un par aventajado en colaboración. (Malbrán y Villar, 2002, s. p.).

La teoría de Vygotsky concede al docente un papel esencial al considerarle un facilitador del desarrollo de estructuras mentales en el estudiante para que sea capaz de construir aprendizajes más complejos.

En consecuencia, Vygotsky plantea que el docente es la herramienta principal en el aprendizaje para el desarrollo de conocimiento en el niño y que si el aprendizaje es difícil de comprender existen dos alternativas: la ayuda de un adulto y de un compañero más aventajado o par aventajado.

En ese contexto, el currículo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social aplica el Taller Vertical Síntesis para que los estudiantes de los últimos años ayuden a sus pares a incorporarse al proceso de aprendizaje y para que compartan sus conocimientos durante la realización de los talleres a fin de superar la separación entre la teoría y la práctica.

Sin embargo, este sistema no ha logrado integrar la teoría y la práctica debido a que como ya se ha mencionado la mayoría de los estudiantes de cuarto y quinto año que tienen más conocimiento y experiencia no los socializan y no pueden avanzar en su aprendizaje porque en algunos casos tienen que volver a repetir algunos contenidos, pues los nuevos estudiantes tienen un menor nivel de conocimiento.

## **Fundamentos socioculturales**

Los fundamentos socioculturales establecen las demandas sociales y culturales que la sociedad espera.

El Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) indica que la carrera como sistema educativo incorpora elementos que permitirán a los estudiantes asimilar y socializar los saberes socioculturales (p. 32).

En este sentido, el plan de estudios de la carrera, aprobado en 1997, se estructuró en respuesta a las demandas socioculturales de ese entonces por lo que sus fines no se separaron de la realidad pluricultural aunque su enfoque requiere de un replanteamiento que permita nuevas discusiones y alternativas a la dinámica social.

### **4.1.4 Perfil profesional**

La Resolución del HCU 251/2012 de la UMSA, aprobada el 4 de junio de 2012, indica que el perfil profesional está constituido por un sistema integrado de objetivos educativos, instructivos y desarrolladores, cuyo cumplimiento se traduce en la formación integral del profesional.

Dicho documento menciona también que se debe establecer en forma clara el perfil profesional con una descripción general de conocimientos, competencias, habilidades, aptitudes y valores que permitirá al estudiante titularse. Además, señala que se debe definir con precisión el objeto de la profesión y se debe identificar las tareas profesionales.

En tanto, el perfil profesional debe ser pertinente con la misión de la UMSA, la misión de la carrera y el programa de desconcentración.

El libro azul establece que la carrera forma licenciados en Ciencias de la Comunicación Social en las siguientes menciones:

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

#### **a) Licenciados en Ciencias de la Comunicación Social**

Tras cinco años de estudio, el profesional en comunicación de la UMSA deberá tener las siguientes características:

- Deberá poseer una formación basada en la realidad nacional apoyada en el conocimiento universal sobre la ciencia social, lo que permitirá comprender los problemas sociales vigentes.
- Deberá poseer al mismo tiempo un dominio de los instrumentos técnicos propios de la comunicación moderna.
- Sabrá evaluar los procesos económico-sociales y políticos del país.
- Será promotor de actividades y proyectos comunicacionales.

- Estará preparado para realizar investigaciones científicas en comunicación que le permitirá no solo profundizar, sino producir nuevos conocimientos que lo conduzcan a la permanente aproximación de la realidad nacional.

- Estará formado para experimentar la adhesión y la práctica de los principios y valores éticos fundamentales como la verdad, la justicia, la equidad, la solidaridad, la tolerancia y la vocación de servicio.

- Estará capacitado para impartir clases a nivel de enseñanza superior y media en los ámbitos relacionados con la comunicación y las ciencias sociales.

#### **b) Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social**

- Forma bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social. Se obtendrá ese título a aquellos que venzan satisfactoriamente el cuarto año de la carrera.

- Las características del bachiller son las siguientes:

- Deberá poseer un dominio de los procedimientos e instrumentos técnicos de la comunicación.

- Deberá poseer una formación que esté basada en la realidad nacional que le permita comprender su problemática.

- Estará preparado para insertarse al mercado laboral con una sólida formación en los aspectos técnicos de los medios comunicacionales.

- Estará preparado para impartir clases en el ámbito de la educación media en las materias de ciencias sociales y comunicación.

En ese contexto, el perfil profesional del comunicador social de la UMSA está formado por un sistema integrado de objetivos educativos que pretende la formación integral de los profesionales.

#### **4.1.5 Descripción del perfil profesional**

##### **Conocimientos**

El perfil profesional los licenciados en Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA establece que debe tener una formación basada en la realidad nacional apoyada en el conocimiento universal sobre la ciencia social.

También indica que dicho profesional debe tener un dominio de los instrumentos técnicos de la comunicación moderna, debe estar preparado para realizar investigaciones científicas en comunicación y debe estar capacitado para impartir clases a nivel de enseñanza superior y media.

En ese contexto, el perfil profesional es muy genérico, no incluye los conocimientos, habilidades, destrezas y valores que requieren en la actualidad los profesionales de acuerdo con las demandas del mercado laboral y el encargo social, así como con los avances de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

##### **Habilidades y destrezas**

El perfil profesional del comunicador social de la UMSA además indica que las habilidades de los titulados en esa área son: evaluar los procesos económicos, sociales y políticos del país, así como promover actividades y proyectos comunicacionales.

Sin embargo, es necesario ampliar las habilidades y destrezas de los profesionales en el área de comunicación para ofrecer más herramientas procedimentales para el ejercicio laboral.

### **Valores profesionales**

El libro azul detalla que el licenciado en Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA debe estar formado para experimentar la adhesión y la práctica de los principios y valores éticos fundamentales como: la verdad, la justicia, la equidad, la solidaridad, la tolerancia y la vocación de servicio.

En ese marco, dicho perfil profesional establece valores que requiere tener el comunicador social de la casa de estudios superiores estatal. Empero, es necesario incluir otros valores como: el compromiso, la responsabilidad, la sensibilidad y otros debido al nuevo contexto comunicacional actual.

### **Objeto de la profesión**

El programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA no establece con precisión ni claridad el objeto de la profesión.

### **Tareas profesionales**

El libro azul menciona algunas tareas profesionales que son muy genéricas y tampoco especifica algunas tareas relacionadas con las menciones de preespecialización que ofrece la carrera.

## **Pertinencia de la misión**

Tras efectuar una evaluación sobre la misión de la UMSA con la de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social y su perfil profesional se puede establecer que tienen pertinencia porque busca que los profesionales de esa área contribuyan al desarrollo económico, social y cultural.

No obstante, el perfil profesional de los comunicadores está desactualizado y las tareas profesionales no cubren la demanda laboral, las necesidades locales, regionales y nacionales, ni el encargo social.

Por ello, es necesario reconfigurar el perfil profesional de ese campo y determinar las tareas profesionales con precisión y que estas se adecúen con los requerimientos del mercado laboral y el encargo social.

En tanto, cabe mencionar además que la misión de la UMSA tiene pertinencia con el perfil profesional de los comunicadores debido a que se pretende formar profesionales altamente calificados con compromiso y responsabilidad social y pensamiento crítico a fin de construir una sociedad justa e inclusiva.

Esa misión está plasmada en el perfil profesional de la carrera ya que los licenciados en ese campo deben tener una formación basada en la realidad nacional apoyada en la ciencia social y deben hacer investigaciones para producir conocimientos que conduzcan a la aproximación a dicha realidad.



#### **4.1.6 Modelo teórico curricular**

La Resolución del HCU 251/2012 de la UMSA (2012) indica que el modelo teórico curricular es una representación sistémica doctrinal que incluye los principios que determinan los componentes del currículo, cuya orientación sustenta los procesos curriculares y la intervención educativa en la formación profesional (p. 3).

El documento establece que el diseño o rediseño curricular debe sustentarse en un modelo curricular que sea afín a la carrera o programa de desconcentración. Es admisible una combinación de modelos teóricos curriculares.

En el programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA no se halla un acápite específico sobre el modelo teórico curricular establecido en el plan de estudios.

#### **4.1.7 Objetivos del programa**

La Resolución del HCU 251/2012 de la UMSA (2012) señala que los objetivos del programa son aspiraciones que se relacionan con el perfil profesional para lograr las líneas estratégicas de la carrera y la misión.

También indica que los objetivos deben ser coherentes con las líneas estratégicas y la misión de la carrera y que estos deben ser redactados en función del aprendizaje y la formación integral de los profesionales.

El libro azul indica que los objetivos de la formación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA son formar:

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

En tanto, la misión de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social es formar profesionales íntegros que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de nuestro pueblo promoviendo las condiciones comunicacionales entre sus habitantes.

En ese contexto, los objetivos de la formación de la carrera son coherentes con las líneas estratégicas y su misión ya que dichos propósitos buscan formar un comunicador integral que una la teoría con la práctica y éste sea veraz, crítico y analítico que lea la realidad y efectúe su aporte para transformarla.

En tanto, otro objetivo de la carrera es formar un comunicador que defienda los derechos humanos, los derechos de los pueblos, los valores culturales del país y se incorpore a la lucha por una sociedad más justa y más humana.

Empero, en las últimas dos décadas se han registrado dificultades para lograr dichos objetivos debido a que no se ha superado la separación entre la teoría y la práctica pues la formación que imparte la carrera es más teórica.

A ello se suma que dichos propósitos están desactualizados y no responden a la demanda laboral y el encargo social.

Los objetivos redactados sobre el aprendizaje y la formación integral de los comunicadores en el currículo son: formar profesionales que sean capaces de elaborar mensajes informativos, opinativos e interpretativos que tengan como divisa la verdad, que usen recursos pedagógicos y sean científicos sociales que usen con eficiencia el método científico y sean capaces de crear conocimientos.

No obstante, los objetivos de formación de la carrera deberían establecer otros objetivos más sobre el aprendizaje y la formación integral de los comunicadores sobre la comunicación para el desarrollo, la comunicación corporativa, la producción audiovisual, entre otras áreas.

#### **4.1.8 Estructura curricular**

La estructura curricular es la articulación de objetivos, áreas de conocimiento, ciclos y módulos con el perfil profesional que se expresan en la malla curricular.

La estructura curricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social está conformada por: el área básica que comprende subáreas que agrupan las materias teóricas y técnicas; el área troncal que abarca el taller síntesis que aplica una práctica concreta expresada en las líneas de formación que el estudiante puede elegir como televisión, radio, prensa o temáticas alternativas y el área complementaria que comprende a los seminarios optativos y electivos.

En tanto, la estructura curricular también está dividida en tres ciclos de acuerdo con los niveles de profesionalización:

- El primero es el nivel introductorio constituido por el primer año cuyo objetivo es situar a los estudiantes en los procesos comunicacionales.
  
- El segundo es el nivel formativo que está compuesto por el segundo, tercero y cuarto año. Es un nivel de desarrollo del taller síntesis. Al finalizar este nivel el estudiante obtiene el grado de bachiller.
  
- El tercero es el nivel superior conformado por el quinto año. Es el nivel de profesionalización y con cuya finalización los estudiantes están habilitados para su graduación previo desarrollo de una de las modalidades previstas.

Dicha estructura mencionada establece las asignaturas en su condición de formación básica, especialidad, formación integradora (troncal), transdisciplinaria, obligatoria y optativa.

También expresa de forma precisa la relación entre áreas y niveles de formación profesional, como dispone la Resolución del HCU 251/2012 de la UMSA (2012).

En esa línea, el plan de estudios de la carrera tiene una estructura curricular coherente y pertinente con el perfil profesional.

Los niveles horizontales están representados por las asignaturas agrupadas en el área básica y complementaria. Mientras que el nivel vertical corresponde al taller síntesis, en el cual los estudiantes de segundo a quinto año se integran en grupos de trabajo específicos.

#### **4.1.9 Plan de estudios**

El plan de estudios es la organización de asignaturas integradas horizontal y verticalmente que establece la carga horaria, la duración de estudios, el carácter semestralizado, anualizado, mixto o modular y el valor crediticio.

El plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA tiene una duración de cinco años y es de carácter anualizado.

El plan de estudios tiene coherencia y correspondencia con la estructura curricular debido a que los niveles horizontales están representados por las asignaturas del área básica, que agrupa las materias teóricas y técnicas y el área complementaria, que comprende los seminarios optativos y electivos.

En tanto, el nivel vertical corresponde al taller síntesis donde los estudiantes de segundo a quinto año se integran en grupos de trabajo.

El plan de estudios tiene pertinencia con el perfil profesional de la carrera porque el área básica comprende las materias teóricas y técnicas establecidas en las subáreas de: formación del cientista social, teorías de la comunicación, lenguaje y periodismo, investigación y métodos, técnicas y procedimientos, las cuales pretenden que los profesionales tengan una formación con base en la realidad nacional apoyada en el conocimiento sobre la ciencia social, los procesos económicos, sociales y políticos del país y estén preparados para realizar investigaciones científicas en comunicación y otros.

Sin embargo, se considera que dichas materias no deberían ser tan teóricas por ello se deberían buscar mecanismos para que sean más prácticas.

Asimismo, dichas materias deberían solo cursarse en el primer, segundo y tercer año de la carrera para que en el cuarto y quinto año puedan profundizar sus conocimientos en las menciones de preespecialización.

El área troncal del currículo que comprende el taller síntesis no tiene pertinencia con el perfil profesional debido a que dicho sistema no ha logrado superar la separación entre la teoría y la práctica porque los estudiantes de cuarto y quinto año que tienen mayor conocimiento no socializan esta experiencia con los estudiantes de segundo y tercer año y deben volver a repetir los contenidos porque no tienen el mismo nivel de formación.

En tanto, los seminarios electivos y optativos ofrecen una insuficiente formación sobre las Tecnologías de Información y Comunicación pues solo hay un solo seminario relacionado con esa temática.

También se debe señalar que es necesario diversificar las menciones que ofrece la carrera para responder los requerimientos del mercado laboral y el encargo social.

Asimismo cabe señalar que el currículo establece un código de identificación y la carga horario académica, que incluye la carga horaria para la graduación. También el plan de estudios de la carrera tiene un carácter anualizado.

#### **4.2 Conclusiones del análisis documental**

- El plan de estudios de la carrera se aprobó hace 20 años, por lo que está desactualizado y no se adecúa a las demandas del mercado laboral y el encargo social.

- Entre los problemas aún vigentes en los medios de comunicación están la contratación de personal empírico o de otras carreras, lo cual reduce las posibilidades de acceder a un empleo.

- La carrera ofrece el seminario optativo sobre Nuevas Tecnologías en Comunicación pero no hay otras materias o seminarios sobre el uso del internet en el campo de la comunicación, el periodismo digital o el manejo de las redes sociales.

- Las materias teóricas y prácticas que conforman el área básica del plan de estudios no integran la teoría y la práctica debido a que los contenidos son más teóricos que prácticos.

- El sistema de Taller Vertical Síntesis no logró superar la separación entre la teoría y práctica y en algunos casos ha generado una repetición de contenidos porque los universitarios no tienen el mismo nivel de información.
  
- El plan de estudios requiere redefinir de las tareas profesionales de los comunicadores sociales y ampliar las menciones de preespecialidad para que los estudiantes profundicen sus conocimientos y puedan acceder a un empleo.
  
- Las tareas profesionales en el currículo es muy general y requiere una mayor especificación.
  
- En el perfil profesional es muy genérico y debe ser más específico para fortalecer la formación y las herramientas procedimentales para que los estudiantes puedan desenvolverse en el campo laboral.
  
- Las habilidades y destrezas establecidas en el perfil profesional son limitadas y deben ampliarse.
  
- Los valores del perfil profesional son pertinentes pero deben incorporarse otros valores como la responsabilidad, el compromiso y otros debido al ámbito comunicacional actual.
  
- No se define con claridad el objeto de la profesión.
  
- Los objetivos del plan de estudios están desactualizados y no responden a la actual demanda laboral y el encargo social.



### **4.3 Análisis del trabajo de campo - Entrevistas**

La presente investigación es no probabilística, debido a que la elección de las fuentes de información obedece a criterios preestablecidos.

Para efectuar el trabajo de campo se hizo entrevistas semiestructuradas a grupos definidos como fuentes de información.

El primer grupo está conformado por ejecutivos y exejecutivos de importantes medios de comunicación y exrepresentantes de los gremios de los periodistas y trabajadores de la prensa.

El segundo grupo está formado por exautoridades de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social y del Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA, así como exautoridades del Gobierno del área de comunicación, exrepresentantes de los gremios del empresariado privado y un ejecutivo de una agencia de comunicación

#### **4.3.1. Diagnóstico de la formación profesional y del mercado laboral de los comunicadores sociales de la UMSA**

De acuerdo con las respuestas de los entrevistados se hizo una clasificación de las principales categorías de análisis de la investigación como se detalla a continuación:

#### **4.3.1.1 Formación profesional**

La jefa nacional de Prensa de la red televisiva ATB, Thania Sandoval, afirma que existe un “pecado original” no solo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, sino de otras carreras de esa área en las diferentes universidades del país debido a que la formación es muy amplia y no logra concretarse “en una especialidad”.

“El problema de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social es que la formación es demasiado teórica, pues tiene muchas materias teóricas que no tienen nada que ver con la realidad a la que tiene que enfrentarse el universitario cuando llega a trabajar en un medio de comunicación”, expresa.

El expresidente de la Asociación de Periodistas de La Paz (APLP) Antonio Vargas coincidió con Sandoval y sostiene que los estudiantes tienen problemas con “la aplicación práctica de lo que han aprendido en la carrera”.

El exejecutivo explica que la causa principal de esta situación es que la mayor parte de los docentes de la carrera “nunca han trabajado en su profesión y lo único que hicieron después de graduarse de la universidad es dar clases. Ante esto, qué experiencia pueden transmitirle a los estudiantes”.

El director ejecutivo de la Fundación para el Periodismo, Renán Estenssoro, indica que dicha carrera así como otras se han enfocado en formar profesionales para que trabajen en el área de comunicación social y no específicamente en periodismo.

Estenssoro sostiene que el periodismo es un oficio debido a que el área es más práctica que teórica porque recoge información para luego ser procesada y transmitida a la población.

El director asegura que las carreras enfocadas al área de comunicación imparten conocimientos diferentes que los que requiere el oficio del periodismo, por lo cual la Fundación para el Periodismo comenzó a trabajar en ese ámbito con un enfoque “netamente práctico”.

“Nosotros creemos que el periodista debe enseñar al periodista cómo se hace periodismo y no que el comunicador enseñe a hacer periodismo porque tienen visiones diferentes”, dice Estenssoro.

El exdirector de la agencia de noticias Erbol Andrés Gómez manifiesta que otra debilidad de los estudiantes es que comprenden que la formación universitaria es una “transmisión de datos” pero no es así.

Gómez explica, en su criterio, que los conocimientos se adquieren a partir de los “procesos de compartir”, los cuales se establecen intercambiando datos e información desde un punto de vista social, económico, político y otros.

“Esos conocimientos no están petrificados necesariamente, por lo que deben ser replanteados y recreados por los estudiantes y ahí se da la falla porque cuando se les pide pensar y aplicar lo aprendido existen dificultades y se niegan”, afirma Gómez.

En esa línea, Gómez sintetiza que las dificultades que tienen los comunicadores para ejercer su profesión son creer que el conocimiento es un “proceso de reproducción permanente” y por ello no cuentan con las herramientas necesarias para aplicar ese conocimiento en la realidad ni recrearla para formular otras teorías y otros procesos.

El expresidente de la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia (ANPB) Ronald Grebe apunta que otro problema de la formación de la carrera es la gran cantidad de universitarios que ingresan debido a que cada docente tiene en un aula al menos 150 estudiantes, lo cual ocasiona que la enseñanza no sea personalizada y sea de baja calidad.

Grebe expresa que este numeroso grupo de estudiantes que egresan o se titulan no pueden hallar trabajo porque las fuentes laborales en los medios de comunicación son limitadas, sin contar que estos profesionales deben competir con aquellos que salen de otras universidades públicas y privadas del departamento de La Paz y del interior del país.

La expresidenta de la APLP Lupe Cajías, aseguró que la formación en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA “está estancada” porque su plan de estudios está desactualizado y no está adecuado a las necesidades del mercado laboral tomando en cuenta que en la última década la irrupción de las nuevas tecnologías ha puesto en duda la formación del área de comunicación.

Cajías sostiene que la formación del periodista siempre “está en debate” porque se cuestiona cuánto se puede aportar desde las universidades de comunicación social o si hay otras alternativas de formación que se reciben en otros países.

La expresidenta de la APLP ejemplificó que en Alemania los profesionales del área de política, economía y otros rubros reciben un curso de redacción periodística y se convierten en periodistas con profesiones especializadas, lo cual posibilita una mayor calidad en sus labores.

La exejecutiva señala que otro cuestionamiento es el nombre de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social tomando en cuenta que es un “área transversal” que no solo contempla a las actividades académicas sino también a las del ser humano.

La exdecana de la Facultad de Ciencias Sociales Gabriela Sotomayor afirma que una fortaleza de la formación profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social es que tiene “una raíz de formación crítica” que permite que los profesionales sean lectores de la realidad con una visión crítica.

#### **4.3.1.2 Plan de estudios**

Grebe indica que el currículo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, aprobado en 1997, está “totalmente desactualizado” debido a que está vigente hace 20 años, por lo que se necesita con “urgencia” rediseñarse de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y los avances tecnológicos en la comunicación mundial.

“La vigencia del actual plan de estudios es muy extensa tomando en cuenta la acelerada velocidad en la que está cambiando el mundo de la comunicación. Por ello, no podemos estar transmitiendo a los estudiantes conocimientos y habilidades que han perdido toda la vigencia”, afirma el extitular de la ANPB.

Sandoval coincide con Grebe al decir que el plan de estudios de dicha carrera no está adecuado a las necesidades del mercado laboral y requiere reforzar más las herramientas prácticas para que los profesionales logren comprender la “realidad del periodismo boliviano”.

El expresidente de la ANPB señala que un problema del currículo es que está compuesto de contenidos muy genéricos y no se concreta en conocimientos específicos que ayuden a los profesionales a desenvolverse en el campo laboral.

Grebe expresa que a ello se suma las limitaciones que tienen los universitarios para aplicar de forma práctica lo aprendido.

Grebe agrega que la falta de experiencia laboral de los docentes es otro problema debido a que no imparten a los estudiantes los conocimientos necesarios para el ejercicio laboral.

El exrepresentante menciona que la mayor parte de los planes de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social en las universidades públicas y privadas son más “teóricos” que prácticos, por ello cuando salen al mercado laboral se encuentran con una realidad distinta y tienen dificultades en el campo laboral.

“La queja que recibimos de forma permanente de los medios de comunicación, radial, televisivo y escrito es que si bien los estudiantes conocen contenidos teóricos, no saben escribir una noticia, hallar un enfoque y cuando están frente a un micrófono o una cámara no pueden desenvolverse y esto crea una gran brecha entre los profesionales que ya están en los medios”, critica Grebe.

Ante esto, Grebe asegura que la carrera está formando más comunicadores que periodistas debido a que los conocimientos que se imparten son más teóricos y no hay más preespecializaciones que puedan elegir los estudiantes.

El extitular observa además que muchos universitarios no quieren dedicarse al periodismo pero siguen cursando materias relacionadas con ese campo.

“Hay fallas estructurales en los currículos pues la mayor parte son anticuados y aún están vigentes. Hay algunas menciones que no generan el interés de los estudiantes y eso muestra que no existe un diálogo entre los universitarios y las autoridades para establecer las áreas de capacitación”, sostiene Grebe.

La exministra de Comunicación Amanda Dávila señala que la formación de la carrera tiene un “enfoque más teórico” que práctico y que hay una repetición de contenidos de las diferentes escuelas filosóficas, sin tomar en cuenta que deberían ampliarse las áreas de estudio y establecer una relación, por ejemplo, con la literatura, la filosofía y otras.

“Se debe actualizar y revisar el plan de estudios de la carrera”, asegura Dávila.

Dávila ratifica que la carrera está formando más periodistas que comunicadores porque no se enfoca en otras disciplinas.

La exministra observa que los periodistas tienen una formación “muy básica” debido a que éstos deberían tener un amplio conocimiento sobre la historia, la cultura, la filosofía, idiomas y otros.

El exdirector de la agencia de noticias Erbol indica que en la actualidad la mayoría de los periodistas que trabajan en los medios son de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, lo que muestra que están formando más periodistas que comunicadores.

En tanto, Gómez sostiene que la Universidad Católica Boliviana (UCB), que es privada, tiene otra visión del campo de la comunicación, aunque también le da mucha importancia al área de periodismo.

“Antes había casi un monopolio de profesionales de la Universidad Católica Boliviana que tomaron los diferentes medios de comunicación para hacer periodismo, pero hace diez años que los profesionales que ejercen la profesión vienen de la UMSA”, especifica Gómez.

Para el expresidente de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB) Daniel Sánchez los estudiantes que ingresan a la carrera tienen la meta de estudiar periodismo más que otras áreas de la comunicación.

Vargas menciona que pese a que la carrera no tiene una larga data ha realizado mejoras “cualitativas y cuantitativas” en los últimos años.

En esa línea, el ejecutivo resalta que en La Paz la carrera más antigua de Ciencias de la Comunicación Social se dicta en la privada UCB.

El representante señala que las universidades privadas cambiaron su orientación periodística hacia la planificación, la comunicación corporativa, las nuevas tecnologías y otras áreas para adecuarse con las necesidades del mercado laboral.



Ante esto, Vargas asegura que el currículo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA tiene un “grave problema” porque tiene contenidos y materias “desactualizados” que no permite a los profesionales competir con sus pares de otras carreras.

Por ello, el ejecutivo manifiesta que es necesario fortalecer la enseñanza en la comunicación política y corporativa para que los profesionales tengan una mayor posibilidad de insertarse en el mercado laboral.

“Se debe olvidar el anclaje que tiene la carrera en una posición contestataria a través de los medios alternativos, la cual está desfasada con los requerimientos de la coyuntura actual”, enfatiza Vargas.

Vargas ratifica que uno de los desafíos más importantes es la actualización del plan de estudios, a través de un congreso, para mejorar las herramientas y las condiciones de los profesionales. “La carrera está totalmente desactualizada y no responde a las necesidades del mercado laboral”, insiste.

El Director Ejecutivo de la Fundación para el Periodismo explica que el currículo de la carrera se caracteriza por ser teórica, pero los periodistas necesitan obtener más herramientas procedimentales para transmitir la realidad.

“La carrera está formando teóricos de la comunicación, es decir personas que aprenden varias cosas pero nada en profundidad debido a que su conocimiento es más teórico”, asegura Estenssoro.

El expresidente de la APLP agrega que se requiere ampliar las menciones de preespecialización para desenvolverse con mayor solidez en el campo laboral.

“En la actualidad, el egresado de la carrera es considerado como un todólogo que lo sabe y lo comprende todo pero con muy poca profundidad y es necesario establecer una preespecialización desde el tercer año”, dice Vargas.

La exdecana de la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA y exdirectora de la carrera admite que las cuatro menciones de la carrera “nunca funcionaron” como una preespecialidad sino como una materia más.

A decir de Sotomayor se debe fortalecer las menciones para que los estudiantes puedan preespecializarse en un área específica a fin de obtener más herramientas procedimentales para desenvolverse en el campo laboral.

Vargas especifica que el periodismo digital es una nueva mención en la que los profesionales podrían preespecializarse.

El ejecutivo precisa que las otras menciones que se podrían incluir son: comunicación política, comunicación corporativa y producción audiovisual.

Vargas sostiene que la ampliación de las menciones y su certificación ayudarían a los profesionales a tener más posibilidades de hallar un trabajo.

El director de la agencia de comunicación Medrano & Asociados, Javier Medrano, coincide en que el plan de estudios de la carrera está desactualizado, es “muy teórico” y no ofrece muchas áreas de preespecialización, por lo que la concreción en el mundo laboral “es traumático”.

El ejecutivo explica que la desactualización del currículo se debe a que muchos docentes no tienen experiencia laboral y los comunicadores con trayectoria y mucha experiencia no imparten cátedra.

Medrano lamenta que los profesionales no tengan formación en comunicación corporativa o empresarial.

“Se han formado comunicadores sin ninguna base o conocimiento de la gestión corporativa y tampoco no tienen conocimientos sólidos sobre economía que son necesarios para el área empresarial”, afirma Medrano.

El director resalta que en los últimos años ha aumentado la demanda de comunicadores que se especialicen en el área empresarial. “Ahora, estamos viviendo un auge de la comunicación, pues hoy ninguna empresa o institución deja de lado esa área. Para ellos es un activo importante dentro de sus rubros de negocio y los comunicadores no hemos podido afrontar ese desafío”.

El gerente general del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), Gary Rodríguez, confirma que los planes de estudios de las carreras de Ciencias de la Comunicación Social de las universidades públicas son “muy teóricos” y no están vinculados al sector empresarial y productivo del país, lo que genera que no respondan a las demandas de esos rubros.

El gerente sostiene que esto se debe a que dichos planes no se adecúan a los avances de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Sin embargo, Rodríguez señala que con el surgimiento de las universidades privadas se ha mejorado la orientación de los profesionales debido a que se enfocan en la praxis de los procesos de comunicación.

Ante esto, el Gerente del IBCE indica que se requiere comunicadores con mayor especialización en el área económica porque en el mundo globalizado ese rubro está vinculado con la reducción de la pobreza, la producción, la inversión y el sector empresarial.

Vargas apunta que otro problema es que los talleres verticales no funcionan porque los estudiantes de cuarto y quinto año que tienen más conocimientos y experiencia no ayudan a sus pares de menor nivel y hay una repetición de contenidos.

Por ello, el exrepresentante afirma que se debe aplicar otros mecanismos para lograr que los estudiantes obtengan las habilidades y destrezas procedimentales para desenvolverse en sus fuentes laborales.

El exdirector de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social Sidney Torres ratifica que el plan de estudios “está totalmente desactualizado”, porque está vigente desde 1997, y no responde a las demandas actuales, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las necesidades sociales.

“La carrera está formando profesionales que saben de todo en el área de comunicación pero los contenidos que se requieren los están aprendiendo durante el ejercicio profesional en las instituciones o en los medios de comunicación”, asegura Torres.

La exautoridad sostiene que existe una “falsa noción” de que en los talleres verticales se aplican de forma efectiva los conocimientos teóricos.

Torres explica que esta situación muestra que los talleres no es tan bien estructurados debido al “desnivel de formación de los estudiantes”, ya que los universitarios de quinto año no guían a sus pares de menores niveles.

La exautoridad critica además que de los 16 seminarios que concentran una “parte importante” de los contenidos relacionados a la comunicación, solo cuatro son obligatorios y el resto son optativos.

A decir de Vargas la falta de coordinación entre los docentes se debe a que en el interior de la carrera hay “roscas políticas” que afectan a la formación.

Ante esto, el expresidente de la APLP recomienda que los docentes de las menciones coordinen con sus colegas de los talleres para que se consolide la aplicación práctica de los conocimientos teóricos.

En tanto, Sandoval añade que en la mención de periodismo es vital incluir una materia sobre el manejo de redes sociales como Facebook, WhatsApp y Twitter porque hoy la información sobre un hecho se transmite de forma inmediata por esos medios. También estos posibilitan compartir fotos, videos y audios.

“Hace cinco años, el uso de las redes sociales para transmitir información era impensable. Y así como va cambiando la vida, la sociedad, la tecnología y otros, de esa misma forma las universidades tienen que adecuarse a esa realidad y a esos requerimientos”, detalla Sandoval.

La ejecutiva sugiere que las carreras realicen por lo menos cada cinco años estudios de mercado para rediseñar sus planes de estudio de acuerdo con los requerimientos de la demanda laboral y el encargo social.

“Es necesario rediseñar el currículo previo diagnóstico de la demanda laboral y los planes de desarrollo social y económico del Gobierno, los gobiernos subnacionales y el empresariado privado”, coincide Torres.

Ante esto, Medrano ratifica que es necesario actualizar el plan de estudios de la carrera e incorporar otras menciones como: periodismo digital, comunicación corporativa y otras.

#### **4.3.1.3 Debilidades de la formación**

La Jefa Nacional de Prensa de la red televisiva ATB precisa que entre los problemas que tienen los periodistas están: la mala redacción, la falta de herramientas para hallar el enfoque de una noticia y la lentitud para redactar notas informativas principalmente en radio y televisión.

“Se necesita que el periodista sea hábil para redactar, enfocar bien la noticia y estructurarla antes de llegar a la sala de redacción o una sala de edición de cualquier medio de comunicación y preparar la noticia”, explica Sandoval.

Grebe especifica que otra debilidad es la mala ortografía, la falta de habilidad para hallar el enfoque de una noticia, no tener el hábito de la lectura, desconocer los acontecimientos de la coyuntura nacional, entre otros.

“Un problema grave es que muchos tienen deficiencias en la redacción en todos los formatos y tampoco conocen de la historia en general, las cuales son dificultades propias de las universidades porque no seleccionan de mejor manera a los estudiantes que ingresan”, asegura Estenssoro.

El expresidente de la APLP coincide en señalar que un problema frecuente en periodismo es que “los estudiantes no saben escribir”.

“Uno de los problemas más frecuentes es que no hay muchos profesionales con la capacidad de escribir bien y existe una elevada demanda”, confirma Torres.

El jefe de La Razón Digital, Baldwin Montero, ratifica que los egresados y titulados de la carrera tienen grandes deficiencias en redacción.

Asimismo, Montero señala que otro problema es la falta de conocimiento de la coyuntura nacional e internacional y más aún de los procesos históricos del país que son la “base del trabajo periodístico”.

“Otra debilidad no solo de los egresados, sino de los periodistas en ejercicio es que si bien están informados de sus fuentes periodísticas desconocen lo que sucede en otras áreas y fuera del país”, apunta el ejecutivo.

Por otra parte, Montero precisa que otro problema es el desconocimiento del funcionamiento de las salas de redacción de los medios de comunicación.

“Otra deficiencia es que los profesionales tienen escasos conocimientos de periodismo digital cuando las universidades deberían darle mucho valor, ya que el periodismo escrito tiende a desaparecer o ser un referente cada vez menor frente a millones de personas que se informan a través de los medios digitales”, manifiesta Montero.

La expresidenta de la APLP agrega que otras debilidades son: el deficiente manejo de la palabra, la ortografía, la mala redacción y otros.

“El universitario que no sabe leer ni escribir no es competitivo, ya que en cualquier medio de comunicación o en las redes sociales su desenvolvimiento es muy limitado”, asegura Cajías.

Cajías además observa la gran cantidad de egresados de la carrera y la mínima cantidad de titulados.

Para la ejecutiva esto demuestra la falta de facilidades que existe para obtener la licenciatura, pues en otros países se soluciona con una tesina.

El expresidente de la Federación de Empresarios Privados de Santa Cruz (FEPSC) Gabriel Dabdoub coincide en que los comunicadores tienen una deficiente redacción de noticias, boletines o comunicados de prensa, lo cual es un problema que proviene desde la educación regular.

La exdecana explica que otro problema de la educación regular es que no hay un hábito de la lectura, ni escritura de los estudiantes y es muy difícil que los estudiantes sepan escribir bien una noticia, un boletín u otro documento.

Sotomayor sostiene que cuando los estudiantes ven que los medios están saturados buscan otras áreas de la comunicación para trabajar, pero requieren tener conocimientos y habilidades diferentes al periodismo.

“Los estudiantes ingresan con la idea de ser periodistas, pero hallan un mundo grande de la comunicación y terminan con una formación genérica y sin ninguna preespecialidad, lo cual es un problema”, manifiesta la exdecana.



La autoridad lamenta que los equipos adquiridos en los últimos años para los talleres no abastezcan la gran cantidad de estudiantes que hay en la carrera, que suman unos 4.000 universitarios.

Sotomayor añade además que otro problema identificado en el proceso de autoevaluación y acreditación de la carrera es que la experiencia laboral de la mayoría de los docentes es “casi nula”, lo cual “baja la calidad de la educación”.

Ante esto, la decana dice que se trabaja en una norma para que los docentes que impartan cátedra tengan una experiencia laboral de al menos cinco años.

Por su parte, Estenssoro agrega que otra dificultad es que algunos estudiantes no tienen vocación y piensan que la carrera de la comunicación es más fácil.

Por ello, el ejecutivo sostiene que los exámenes de admisión deberían ser más rigurosos y tener la capacidad de identificar si los postulantes tienen vocación.

En tanto, Medrano especifica que entre los problemas de los comunicadores en el área corporativa son: la deficiencia en el manejo de la información, la falta de conocimientos para plantear estrategias, tener una visión limitada del sector empresarial, la falta de capacidad para analizar la realidad boliviana y la falta de conocimientos para solucionar problemas, entre otros.

“El área de trabajo de los comunicadores es muy amplio y los ingenieros comerciales la están aprovechando porque tienen conocimientos de marketing y publicidad. Existe una elevada demanda de comunicadores para esa área y no la estamos explotando” asegura Medrano.

A decir de Sánchez muchos comunicadores no tienen la capacidad de hacer un análisis especializado de las noticias, así como de la realidad nacional e internacional.

#### **4.3.1.4 Fortalezas de la formación**

Para el exdirector de la agencia de noticias Erbol una fortaleza de los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA es la “conexión que tienen con la realidad”, es decir la “capacidad de análisis a partir de sus experiencias”. “Otra cualidad es su tenacidad para superarse”.

Sandoval precisa que a ello se suma su deseo de perfeccionar sus técnicas, aprender a hallar el enfoque de las noticias y pedir ayuda a sus colegas para desenvolverse mejor en las fuentes informativas.

El Jefe de La Razón Digital detaca también el “ímpetu” de los universitarios, su deseo de superación, su predisposición para enfrentar retos, su compromiso, su actitud positiva y su voluntad para mejorar su labor.

“Lo positivo de los estudiantes de la UMSA es que tienen una formación más política y crítica respecto al sistema de gobierno”, asegura Montero.

Rodríguez resalta además el “sentido crítico”, las habilidades y destrezas de los comunicadores para investigar.

#### **4.3.1.5 Intereses de los profesionales**

La Jefa Nacional de Prensa de la cadena televisiva ATB señala que hoy los comunicadores no desean ser periodistas y tienen un mayor interés en las relaciones públicas, la publicidad y marketing.

Sandoval calculó que de 50 estudiantes que egresan de la carrera, solo unos diez eligen ser periodistas. “No es una profesión que seduce mucho a los estudiantes”.

#### **4.3.1.6 Mercado laboral**

El expresidente de la ANPB señaló que ahora los medios de comunicación “están saturados” y han sido pocos los profesionales contratados. “La cantidad de medios de comunicación no ha crecido, más bien ha disminuido”.

En tanto, Sandoval señala que los empleadores en los medios de comunicación piden que los comunicadores tengan experiencia laboral.

La ejecutiva agrega además que se requiere periodistas especializados con cierta trayectoria.

“En este oficio cuentan las horas de vuelo porque tiene mucho peso la experiencia y se requiere que el periodista conozca la realidad del país y del mundo”, manifiesta Sandoval.

La ejecutiva afirma que el “periodista es un narrador de historias y sobre todo un testigo de la historia de un país”.

Sandoval precisa que cuando los periodistas ingresan a un medio de comunicación empiezan a familiarizarse con las fuentes informativas, pero les lleva un par de años obtener una mayor destreza en la cobertura periodística.

No obstante, la ejecutiva asegura que los universitarios cuando realizan las prácticas preprofesionales en el departamento de prensa o el área de producción adquieren las herramientas necesarias para ejercer su profesión.

El Director Ejecutivo de la Fundación para el Periodismo señala que hay trabajo en los medios de comunicación, pero se requieren “periodistas calificados” que puedan desenvolverse en el campo laboral.

El Jefe de La Razón Digital sostiene que la situación laboral en los medios escritos es “cada vez es más complicada” porque si bien no ofrecía muchos espacios laborales ahora el número se ha reducido más. El ejecutivo especifica que en La Paz hay solo dos matutinos privados y uno estatal.

“Ahora, los espacios laborales bien pagados para los periodistas realmente son escasos respecto a toda la oferta que hay”, especifica Montero.

Montero explica que una causa de que los medios estén saturados es que en los últimos años varios se cerraron por problemas económicos y porque han sido afectados por la era digital de la información.

“Hoy la tendencia es que todos los días se cierren medios de comunicación escritos y Bolivia no está al margen del aumento de los medios digitales. Por ello, se prevé que los espacios laborales se reduzcan más, lo cual puede ser una oportunidad para que los periodistas apuesten a proyectos periodísticos propios en los medios digitales”, afirma Montero.

A decir del ejecutivo si bien el periodismo escrito “está en crisis” hay un abanico de oportunidades para los periodistas jóvenes en los medios digitales.

Montero señala que hoy los medios de comunicación hacen “inversiones no muy arriesgadas” para formar a su personal en periodismo digital.

No obstante, el ejecutivo indica que en otros países incluso se han esforzado en formar a los periodistas en ingeniería de sistemas y han desarrollado aplicaciones, programas y plataformas para un trabajo periodístico específico.

En ese marco, el ejecutivo observa que las universidades estatales no hayan reforzado la enseñanza del inglés debido a que la mayor parte de los textos sobre periodismo digital están en ese idioma.

Para Sandoval a ello se suma que los salarios de los periodistas “son bajos”.

Montero confirma que los sueldos de los periodistas son bajos y que el salario promedio de un redactor en un medio escrito es de Bs 4.000, mientras que el de un editor promedio es de Bs 7.000, pero esos puestos son pocos.

En tanto, el ejecutivo precisa que los salarios en las radioemisoras son “miserables” e incluso están por debajo del salario mínimo que suma Bs 2.000.

Vargas señala que la mayoría de los comunicadores laboran en los medios de comunicación y una parte son “autogestionarios” porque compran espacios en la radio o en la televisión para producir programas y obtener recursos a través de la venta de publicidad.

“Hay muy pocos profesionales que trabajan en instituciones privadas o públicas y se han reducido los empleos en las Organizaciones No Gubernamentales (ONG)”, especifica Vargas.

Grebe coincide que los sueldos de los periodistas son bajos y no condicen con el trabajo realizado ni las horas que requiere la profesión.

“El salario de los periodistas es bajo tomando en cuenta que no hay horario, requiere mucha responsabilidad, es riesgoso y es sacrificado porque la labor continúa los fines de semana y feriados”, manifiesta Sotomayor.

La exdecana estima que el 90% de las personas que trabajan en los medios ha estudiado en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

“En los últimos años, el mercado laboral de los comunicadores se ha limitado porque se sigue contratando a modelos o personas de otras profesiones para presentar las noticias o ser periodistas, lo cual es un problema. Los medios no respetan la formación y la profesión”, sostiene Sotomayor.

A pesar de eso, la exdecana indica que el mercado laboral se ha ampliado en la comunicación corporativa en el sector público y privado.

Los profesionales también trabajan en ONG e instituciones enfocadas en la comunicación para el desarrollo, aunque en esta área los empleos se han reducido por la crisis externa y la política gubernamental, precisa Sotomayor.

La exautoridad además añade que hay algunos profesionales que se dedican a la publicidad y marketing y a la producción televisiva independiente.

Para el exdirector de la agencia de noticias Erbol hay un “reflote del periodismo” debido a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que han desarrollado el “periodismo digital”.

Ante esta situación, Gómez explica que para trabajar en el periodismo digital es necesario que las carreras formen “periodistas multimedias”.

En esa línea, el exdirector indica que el desafío del periódico digital es presentar temas con el uso todos los recursos multimedias, es decir texto, imagen, audio, video y otros para que el internauta pueda ver un hecho de la realidad en los distintos formatos.

“La nueva generación va a preferir más los recursos multimedia y podrá acceder a la información cada vez que ingrese a internet”, asegura Gómez.

Gómez detalla además que en el país se ha estado desarrollando el “periodismo móvil”, que está vinculado al uso de los teléfonos inteligentes.

El exdirector explica que a través de ese medio ahora llega toda la información y los medios de comunicación compiten con los propios ciudadanos porque los datos se dan a conocer mediante las redes sociales, incluso los ciudadanos pueden adelantarse si son testigos de un hecho.

“El periodismo móvil permite el flujo rápido de información y el periodista debe ser capaz de hacer periodismo desde cualquier lugar con su teléfono para las millones de personas que están conectadas desde su celular”, sostiene Gómez.

En ese marco, el exejecutivo recuerda que la labor de un periodista es ayudar a la población a entender la realidad y hacer un resumen de los hechos.

La exministra de Comunicación señala que es necesario formar comunicadores en periodismo digital y redes sociales debido a que en el Gobierno se utiliza esos medios para socializar sus proyectos de gestión, dar a conocer la posición de las autoridades o aclarar alguna denuncia.

Dávila explica que en el Ejecutivo se estableció como política que las instituciones estatales informen sus actividades o su gestión a través de las redes sociales, principalmente mediante Facebook y Twitter.

“Creamos un sistema de información y comunicación digital sobre las noticias que se emitían y eran como alertas para todas las autoridades del sector estatal”, explica Dávila.

Gómez apuntó que un problema que tienen los comunicadores que trabajan en medios pequeños es que no cuentan con todos los beneficios sociales.

El exdirector sostiene que hay una creencia errada de que hacer periodismo es un “trabajo liviano” y consiste en hacer reportes, pero lo fundamental es analizar las noticias y para ello se debe estar informado y elaborar una agenda.

“No trabajas por un salario, sino por tu honor y eso demanda muchas horas y eso no lo comprenden muchos profesionales aunque cuando empiezan a hacerlo, la profesión se convierte en una adicción”, asegura Gómez.

Estensoro afirma que hay varios periodistas que tienen buenos salarios pero eso se debe a que se destacan en el oficio y eso requiere mucho esfuerzo.



Por otra parte, la exministra de Comunicación señala que un reto que encaró durante su gestión fue establecer la comunicación institucional en el Estado porque no había mucha experiencia en el campo y busca que la comunicación llegué al área rural, a través de redes de comunicación popular.

“La comunicación estatal se encarga de apoyar las políticas del Estado”, asegura Dávila.

En tanto, Medrano observa que el comunicador tenga una “visión limitada” cuando ingresa a trabajar en una institución, una empresa o una corporación porque no tienen los conocimientos y la capacidad de elaborar estrategias para apoyar o generar negocios para una compañía.

“La meta es hacer que la comunicación sea un valor rentable y un activo altamente productivo, pero los comunicadores no tienen una visión integral de la gestión empresarial”, asegura Medrano.

Medrano explica además que ahora es un poco difícil la constitución de las agencias de comunicación porque se debe encarar el negocio y tener una visión que combine el área de comunicación con la empresarial.

En ese marco, Dabdoub señala que es muy importante que las instituciones privadas tengan un equipo de comunicación porque elabora estrategias para presentar un producto, muestra sus bondades y las promociona en los medios de comunicación y en las redes sociales.

A decir del expresidente de la CEPB en el periodismo “existe un mercado laboral interesante” pero si los profesionales también se capacitan en la comunicación corporativa y otros campos habrá más oportunidades laborales.

Dabdoub recuerda que antes esa labor era encomendada a profesionales de países extranjeros, que no conocían la realidad boliviana, pero ahora los comunicadores bolivianos están ocupando esos espacios.

“Esto se debe a que los profesionales encontraron una veta para explotar en la comunicación corporativa”, asegura el extitular de la CEPB.

Sánchez resalta que para las empresas privadas “es una necesidad” la conformación de un departamento de comunicación para mostrar su imagen, ofrecer bienes y servicios, entre otros.

El empresario apunta además que los profesionales en el área de la comunicación corporativa también son asesores de los representantes en los gremios privados y del plantel ejecutivo de las compañías privadas.

“El mercado de la comunicación es muy grande y tiene más posibilidades de vincularse con otras profesiones para efectuar una asesoría”, afirma Sánchez.

Sánchez destaca que el número de profesionales dedicados a la comunicación corporativa se ha elevado y la universidad debe fortalecer esa área.

Dabdoub ratifica que en los últimos cinco años la comunicación corporativa en Santa Cruz ha crecido mucho y ofrece buenos salarios a los profesionales.

“La comunicación corporativa más que un área se ha convertido en una necesidad para las empresas y eso se ve en la mejora de los salarios de los buenos comunicadores”, asegura expresidente de la FEPSC.

#### **4.3.1.7 Los empleadores del sector público y privado capacitan a los comunicadores**

La Jefa Nacional de Prensa de ATB afirma que ante la falta de herramientas de los comunicadores para el ejercicio laboral los medios de comunicación han tenido que capacitarlos durante las prácticas preprofesionales.

“El periodismo es un hermoso oficio, pero representa mucha responsabilidad, compromiso, sacrificio pues se debe trabajar sin horarios”, afirma Sandoval.

En este sentido, Sandoval recomienda a los estudiantes efectuar “pasantías acertadas” antes de concluir la carrera para que adquieran las herramientas prácticas y obtengan experiencia sobre el trabajo que se realiza en los medios.

Gómez coincide que los medios deben capacitar a los profesionales para desenvolverse en el campo del periodismo porque no tienen las herramientas procedimentales necesarias.

“Las empresas deben invertir recursos para llenar de alguna manera los vacíos en la formación que han dejado las universidades”, ratifica Medrano.

Para afrontar este tema, el Director Ejecutivo de la Fundación para el Periodismo recuerda que cuando trabajaba en ATB había una capacitación constante y varios expertos en diferentes áreas realizaban exposiciones de los temas de la coyuntura actual y eso ayudaba a los profesionales

En esa línea, Estenssoro señala que un pilar fundamental de las universidades debería ser la discusión de la agenda política, económica y social del país.

Por eso, el director menciona que en la fundación se oferta seis diplomados y los docentes son especialistas con mucha trayectoria en periodismo.

“En los diplomados se brindan conocimientos y herramientas que requieren los periodistas para desenvolverse en el ejercicio laboral. La idea es aprender haciendo debido a que al concluir las clases se efectúan reportajes”, asegura Estenssoro.

En ese marco, el director explica que cuando los profesionales vencen todos los diplomados obtienen una maestría en periodismo en convenio con la UMSA y el periódico El Clarín de Chile.

El ejecutivo destaca que en los cuatro años de labor de la fundación se ha logrado que el plantel ejecutivo de los medios de comunicación tome conciencia de la necesidad de mejorar la calidad de los productos, a través de la capacitación de sus recursos humanos.

Sotomayor afirma que los profesionales no tienen las herramientas suficientes para el ejercicio laboral y eso se refleja en que los dueños de los medios han pedido a la carrera que se mejore los conocimientos en el área de redacción, el manejo del lenguaje y las habilidades procedimentales, entre otras.

En ese marco, el extitular de la APLP apunta que cuando los estudiantes realicen las prácticas preprofesionales se debe exigir a los empleadores que les brinden “las condiciones mínimas” para que los universitarios puedan desenvolverse en el campo laboral, lo cual significa dotarles de equipamiento, viáticos y capacitación.

En ese sentido, Sotomayor señala que varios medios de comunicación han solicitado que los estudiantes realicen una pasantía porque no contaban con personal y usaban esta estrategia para no pagarles nada por ese servicio.

La exdecana además denuncia que durante estas prácticas preprofesionales hubo muchos casos en los que los universitarios no cumplían con las labores acordadas con los medios y llevaban los cables o hacían el servicio de té.

“Para evitar estos abusos se ha suscrito convenios con los medios de comunicación e instituciones para asegurar que los empleadores respeten a los profesionales y garanticen el desarrollo de sus habilidades”, menciona Sotomayor.

Para Rodríguez los empleadores se han visto obligados a capacitar a su personal porque los planes de estudios son teóricos, pero es implica un proceso de aprendizaje, tiempo e inversión.

“La falta de experiencia es uno problema frecuente de los profesionales, por ello es importante que hagan prácticas empresariales y que los temas de los proyectos de grado generen propuestas para resolver problemas de las compañías y sus trabajos sean útiles para la sociedad”, manifiesta Rodríguez.

Para ello, el gerente sostuvo que las universidades deben efectuar estudios de mercado para conocer las necesidades del campo de ttrabajo y el encargo social, a través de alianzas con el sector privado.

#### **4.3.1.8 El encargo social**

Vargas señala que en la actualidad el encargo social “se ha desdibujado” porque se confunde con un “izquierdismo retrograda utópico” que no responde a las necesidades de la sociedad boliviana.

“El encargo social debe ser el compromiso que tienen los profesionales de la UMSA con su sociedad y el bien común, y eso tiene que ver con un buen desempeño profesional”, afirma el extitular de la APLP.

#### **4.3.1.9 Periodismo digital**

Gómez explica que el periódico Erbol Digital ha sido uno de los pioneros en desarrollar el periodismo digital en el país y que la proliferación de medios similares representa una oportunidad de trabajo para los periodistas.

“El desarrollo del periodismo digital y la inversión que han hecho los medios de comunicación en lanzar sus periódicos digitales ha abierto oportunidades de trabajo para los colegas que salen de las universidades”, asegura Gómez.

El exdirector cuenta que la iniciativa nació porque su pareja estaba estudiando una maestría en periodismo digital, entre 2001 y 2002, y él le quitaba todos los textos para leerlos y así empezó a interesarse en esa área, pese a que en ese entonces estudiaba la carrera de Derecho.

Gómez recuerda además que en 2003 comenzó a observar en España y en otros países que los medios de comunicación tenían sus plataformas digitales.

El ejecutivo afirma que así surgió la idea de lanzar el periódico digital de la radio Erbol con el fin de asociar el periodismo digital con la radio y llegar a un público nacional e internacional.

“Yo propuse a la dirección de la radio Erbol hacer un periódico digital y les explique las características y el impacto que tendría con el tiempo y creo que aceptaron la propuesta para que me divierta sin dejar de hacer mi trabajo”, cuenta Gómez.

En esa línea, el exdirector afirma que empezó a elaborar el diseño y la estructura del nuevo periódico digital para ofrecer contenidos propios.

Gómez indica que tras la configuración el proyecto Erbol Digital los otros medios de comunicación comenzaron a interesarse en esta plataforma e invirtieron recursos para tener un proyecto similar.

El exdirector afirma que con el proyecto se extendió el uso de los teléfonos inteligentes y la creación de periódicos digitales que con el tiempo empezaron a posicionarse porque los usuarios tenían acceso a internet y podían acceder a información en cualquier momento del día.

“Ahora, no sabes cuánto valoran a Erbol Digital, no solo en el país sino también en el exterior. A mí me encanta que los otros medios hayan invertido recursos en el desarrollo de sus medios digitales y en la formación de un equipo exclusivo que se dedica a esa plataforma”, manifiesta el exdirector.

Gómez explica que las noticias en los medios digitales deben caracterizarse por tener una calidad narrativa debido a que en promedio un internauta lee una noticia en 30 segundos, pero si la misma no es interesante deja de leerla.

#### **4.4 Conclusiones del trabajo de campo - Entrevistas**

- La formación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA es muy genérico y teórico y no se concreta en preespecialidades específicas.
- Los profesionales tienen problemas para la aplicación práctica de lo aprendido en la carrera.
- Los estudiantes creen que la formación es una transmisión y una reproducción de contenidos.
- El plan de estudios de la carrera está vigente hace 20 años y está desactualizada y no se adecúa a los requerimientos del mercado laboral y el encargo social, así como a los avances de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).
- La carrera está formando más periodistas que comunicadores.
- Existe la necesidad de ampliar las menciones de preespecialidad para que los universitarios tengan mayores posibilidades de hallar un empleo.
- La formación de la carrera es más política y tiene una visión crítica al sistema de Gobierno.



- Los docentes que imparten cátedra no tienen experiencia laboral, lo que imposibilita la transmisión de los conocimientos y herramientas necesarias que ayuden a los estudiantes a desenvolverse en el campo laboral.
  
- El mercado laboral en los medios de comunicación está saturada porque en los últimos años se han cerrado varias empresas por problemas económicos y por la creación de medios digitales.
  
- Existe una gran cantidad de estudiantes que ingresan a la carrera, lo cual impide que la educación sea personalizada y sea de baja calidad.
  
- Los talleres verticales y las menciones que ofrece la carrera no funcionan.
  
- El equipamiento es insuficiente para abastecer la gran cantidad de estudiantes que hay en los talleres.
  
- Las instituciones, empresas públicas y privadas deben capacitar a los comunicadores durante las prácticas preprofesionales o mientras se desenvuelven en el campo laboral por la falta de herramientas procedimentales.
  
- Los salarios que perciben los periodistas en los medios son bajos.
  
- Con el avance de las Tecnologías de Información y Comunicación, los medios de comunicación requieren que los “periodistas sean multimedias”.
  
- Hay una mínima cantidad de profesionales titulados en la carrera.
  
- De los 16 seminarios que concentran parte importante de los contenidos en comunicación, solo cuatro son obligatorios y los demás optativos.

- Los medios de comunicación buscan profesionales con experiencia laboral y que se especialicen en una fuente informativa.
- La mayor parte de los profesionales tiene problemas para la redacción de noticias, boletines y mensajes.
- Los estudiantes también tienen mala ortografía, tienen dificultades para hallar el enfoque de las noticias o hacer atractivo un boletín o comunicado de prensa.
- Hay una falta de información de los hechos de la coyuntura nacional e internacional y de los procesos históricos registrados dentro y fuera del país.
- Hay un escaso conocimiento del periodismo digital y del manejo de las redes sociales.
- El mercado laboral de los comunicadores se ha limitado por la contratación de modelos o profesionales de otras áreas por una cuestión de imagen.
- Los profesionales no tienen mucha experiencia en la comunicación corporativa.
- Los profesionales tienen deficiencias para efectuar un análisis especializado desde los diferentes rubros del contexto nacional e internacional.
- La formación que imparte la carrera no se vincula a las necesidades del sector privado y productivo, por lo que no responde a la demanda de esos rubros.

## **4.5 Necesidades del mercado laboral y el encargo social**

### **4.5.1 Conocimientos**

Para la Jefa Nacional de Prensa de ATB se requieren “periodistas multimedia” que tengan la capacidad de redactar noticias, manejar el lenguaje, tomar fotografías, grabar audio y video, así como manejar programas de edición de audio, fotografía y video.

“En la actualidad, los medios radiales y escritos, así como la televisión, tienen la posibilidad de difundir videos, grabaciones de audios y fotografías debido a que ahora son multimedia”, manifiesta Sandoval.

A decir del exdirector de la agencia de noticias Erbol las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación han desarrollado el “periodismo digital”, que está de “moda”, y para el cual se requieren “periodistas multimedias”.

“El periodista multimedia debe tener la capacidad de recrear la realidad, un hecho noticioso a partir de los recursos radiofónicos, televisivos y escritos. La idea es pensar en los hechos, pero de manera tridimensional”, asegura Gómez.

Para ello, el exdirector sostiene que los periodistas deben tener la capacidad de adecuarse a las nuevas tecnologías y ser “multimedias”.

El Director Ejecutivo de la Fundación para el Periodismo coincide en que se requiere “periodistas multimedias” que sepan redactar, interpretar e investigar los hechos noticiosos y que puedan tomar fotografías, grabar audios y videos.

“En la Fundación comenzamos a hacer talleres con especialistas para mejorar la calidad del periodismo como en los países latinoamericanos. Pero, los talleres no son suficientes pues los directores de los medios deben comprender que los procesos de actualización deben ser permanentes”, afirma Estenssoro.

“Los profesionales deben ser periodistas multimedia y tener la capacidad de escribir un buen texto, saber expresarse ante un micrófono o un cámara, estar bien informados del contexto nacional e internacional, ser analíticos, concretos y críticos”, ratifica el Jefe de La Razón Digital.

Montero precisa que los profesionales además deben tener formación para trabajar en el periodismo digital, la televisión digital y la radio digital. “Esos conocimientos son fundamentales para hacer periodismo en la actualidad”.

La exministra de Comunicación detalla que los comunicadores para el área digital deben tener la capacidad de síntesis, conocer toda la información y las políticas del Estado, así como manejar redes sociales.

Gómez sostiene que los periodistas deben conocer de filosofía —que es el estudio de una variedad de problemas fundamentales acerca de temas como la existencia, el conocimiento, la verdad, la moral, la belleza, la mente y el lenguaje— porque genera problemas y promueve la creatividad.

“El filósofo es un ser humano que todo el tiempo está pensando y el periodista es un ser que todo el tiempo está pensando en los protagonistas, las causas, las consecuencias y en hallar un buen enfoque. Un buen filósofo hace un buen periodismo”, afirma Gómez.

Dávila precisa que para trabajar en comunicación corporativa estatal se requiere conocer los idiomas como el aymara, el guaraní y el quechua.

Dabdoub agrega que además se debe elaborar estrategias para el manejo de la imagen de las instituciones y empresas privadas, diseñar proyectos de asesoría del plantel ejecutivo de las firmas, así como posicionar y promocionar las marcas de los productos, entre otros.

El extitular de la FEPSC detalla que también es necesario conocer el manejo de las redes sociales para promocionar la gestión y los productos de las empresas privadas, que se enfoquen principalmente en los jóvenes.

Medrano añade que se debe saber elaborar un plan de negocios, abrir oportunidades de negocios para la marca de la empresa, buscar estrategias para consolidar la rentabilidad de la marca y posicionar a la compañía.

“Hoy las compañías grandes demandan a las agencias de comunicación la elaboración de estrategias para que la marca de las empresas tengan una mayor reputación, la asesoría del plantel ejecutivo y otros”, explica Medrano.

Medrano apunta que las agencias en otros países como Venezuela y Chile son manejados por profesionales en Derecho, Ingeniería y otros.

Rodríguez especifica además que se requiere comunicadores que tengan una buena redacción, solidez en el manejo de categorías, respaldo teórico, así como la capacidad de analizar la realidad nacional e internacional.

Asimismo, Montero precisa que deben dominar el manejo de conflictos, conocer el trabajo de los periodistas, elaborar boletines de prensa con un enfoque atractivo, plantear estrategias de comunicación, difundir la gestión de las empresas y brindar asesoría al plantel ejecutivo y autoridades de las firmas.

“La deficiencia que he visto en muchos relacionistas del sector público y privado es que no conocen cómo trabajan los periodistas”, afirma el ejecutivo.

Frente a todas estas necesidades, Sotomayor confirma que es necesario actualizar y rediseñar el currículo de acuerdo con los requerimientos de la demanda laboral y el encargo social.

Para ello, Grebe sostiene que se debe investigar la formación que se imparte en las carreras de Ciencias de la Comunicación Social de los países vecinos, cuáles son las tendencias y cuáles son los conocimientos, las habilidades y los valores que requieren los estudiantes.

En ese marco, la exautoridad afirma que el nuevo documento debe establecer los mecanismos para que haya una “verdadera integración” entre la teoría y la práctica” en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

#### **4.5.2 Habilidades y destrezas**

Sandoval detalla que entre las habilidades que debe tener un profesional están saber redactar, hallar el enfoque de una noticia, grabar audio y video, tomar fotografías y manejar los programas para editar en los distintos formatos.

Gómez precisa que otra destreza es que deben tener los periodistas es ser “analistas de la información”.

El Jefe de La Razón Digital afirma que otra habilidad que deben desarrollar los profesionales es la empatía y respeto con su entorno cuando encaren una entrevista u obtengan información sobre un hecho.

“El periodista se gana el respeto de sus fuentes informativas cuando demuestran su conocimiento sobre el tema y si tienen empatía”, indica Montero.

Sidney especifica además que el comunicador debe poseer un “espíritu de investigación”. “También debe tener el hábito de leer y saber escribir”.

Dávila apunta que el profesional de ser rápido para escribir y ser concreto.

#### **4.5.3 Valores profesionales**

Sandoval precisa que los comunicadores deben desempeñar su profesión con ética, compromiso, responsabilidad y sacrificio.

Gómez agrega que deben sumarse los valores de la verdad, el equilibrio, la valentía, la justicia, la solidaridad y otros.

Para el Director Ejecutivo de la Fundación para el Periodismo los valores fundamentales son la ética, el compromiso, la solidaridad y la responsabilidad.

“El periodista en principio debe ser un buen ser humano porque debe ser solidario con la gente que no tiene voz y está marginada y de saber escuchar a la sociedad”, manifiesta Estenssoro.

El Jefe de La Razón Digital indica que un buen periodista debe poseer un compromiso social, honestidad y credibilidad.

Dávila apunta que otros valores que deben poseer son la humildad, el compromiso y el sacrificio.

Rodríguez complementó que otros valores que deben impulsar son: la integridad, la búsqueda de la verdad y la justicia, la honestidad y otros.

#### **4.5.4 Menciones**

La Jefa Nacional de Prensa de ATB afirma que otras menciones de preespecialización que se pueden establecer son: periodismo digital, comunicación corporativa, docencia, marketing y publicidad.

Para el presidente de la ANPB las menciones que deberían incluirse son: periodismo digital, comunicación corporativa y responsabilidad social.

Gómez sostiene que se requiere profesionales con preespecialización en: periodismo digital, periodismo móvil, comunicación política no sólo para asesorar a los políticos sino para resguardar la imagen política, entre otros.

A decir de Estenssoro debe incorporarse las menciones de periodismo multimedia, periodismo digital, periodismo de investigación, marketing y publicidad, entre otras.

El Jefe de La Razón Digital indica que se debe ampliar las menciones en periodismo multimedia, periodismo digital, comunicación corporativa y otros.



Montero afirma que es un desafío el desarrollo de formatos para el periodismo escrito como los concebidos exclusivamente para tabletas, aplicaciones y otros.

Sidney ratifica la necesidad de incorporar las menciones de periodismo digital y deportivo. “También se debe incorporar las menciones de comunicación para el desarrollo y la producción radiofónica y televisiva”.

Gómez apunta que se necesita una mención en comunicación corporativa, en comunicación para el desarrollo y la investigación de los nuevos procesos y dimensiones de la comunicación.

A decir de Vargas las menciones que deben incluirse son: comunicación digital, comunicación corporativa y la comunicación audiovisual.

“Deberíamos construir entre todos un nuevo sistema que nos permita llevar adelante estas especialidades con lo que responderíamos a las necesidades del mercado laboral”, afirma Vargas.

Sotomayor precisa que se debería incorporar las menciones de comunicación para el desarrollo, comunicación corporativa y periodismo digital.

Dávila apunta que se requiere menciones en comunicación digital, comunicación institucional y comunicación política, que son nuevos campos de acción para los profesionales,

“En la administración pública he visto que muchos ministros que tienen como asesores a comunicadores, los cuales son muy cultos, están muy informados, son brillantes y tienen mucha experiencia”, detalla la exministra.

Cajías precisa que el mercado laboral actual demanda un comunicador enfocado en la comunicación corporativa y el periodismo multimedia.

Para Sánchez los profesionales deben especializarse en la comunicación corporativa.

A decir de Rodríguez se deben ampliar las menciones en responsabilidad social empresarial, comunicación para el desarrollo, comunicación corporativa, periodismo digital y de investigación.

#### **4.6 Desafíos**

Grebe señala que un reto importante de la carrera es realizar un congreso para rediseñar el plan de estudios y fortalecer el currículo.

Vargas añade que se debe efectuar un diagnóstico para conocer las demandas del mercado laboral y el encargo social en el campo de la comunicación.

El expresidente de la APLP agrega que otro reto es la realización de estudios de mercado cada cinco años para que se establezcan nichos de mercado.

“En muchos casos, la universidad está absolutamente cerrada en su problemática interna sin darse cuenta lo que está pasando más allá de las paredes de las diferentes carreras”, señala Vargas.

Estenssoro precisa que otro reto es consolidar alianzas con los medios de comunicación social para que se establezca una capacitación permanente.

Dabdoub confirma que debe establecerse una “alianza público-privada” entre las universidades y las empresas privadas para atender las demandas de las compañías y la sociedad,

Sánchez coincide en que debe suscribirse ese acuerdo para que se haga una evaluación de cómo innovar dentro de las carreras, previo diagnóstico de lo que requiere el mercado laboral y el encargo social.

En tanto, Sandoval indica que el desafío permanente del periodismo es que cada profesional debe estar “consciente de que debe actualiza” sus conocimientos, habilidades y destrezas y mantener sus valores.

Gómez agrega que también se debe garantizar los recursos para equipar las aulas y mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje.

#### 4.7 SISTEMATIZACIÓN DE CRITERIOS DE VINCULACIÓN ACADÉMICA

La sistematización de criterios de vinculación académica nos ha permitido procesar la información obtenida de los entrevistados, de acuerdo a su experiencia, e identificar las debilidades de la formación profesional de la carrera y los problemas que tienen los comunicadores en el campo laboral.

**CUADRO N° 5**  
**SISTEMATIZACIÓN DE CRITERIOS DE VINCULACIÓN ACADÉMICA**

<b>ENTREVISTADO</b>	<b>DEBILIDADES DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL</b>	<b>PROBLEMAS EN EL EJERCICIO PROFESIONAL</b>
- Thania Sandoval	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación amplia y teórica que no se concreta en una preespecialidad</li> <li>- El currículo no se adecúa a las demandas del mercado laboral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios de comunicación buscan profesionales con experiencia laboral y especializados en una fuente informativa</li> <li>- Los salarios de los periodistas son bajos</li> <li>- Aumentó el interés por incursionar en las áreas de relaciones públicas, publicidad y marketing</li> <li>- Medios capacitan a los profesionales ante la falta de herramientas prácticas procedimentales</li> <li>- Mala redacción</li> <li>- Problemas para hallar el enfoque de una noticia</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>- Baldwin Montero</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Formación más política y crítica respecto al sistema de Gobierno</li><li>- Desconocimiento del funcionamiento de las salas de redacción de los medios de comunicación</li><li>- Desconocimiento del idioma inglés</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se han reducido aún más los espacios laborales en los medios escritos debido al cierre de las empresas</li><li>- Crisis de los medios escritos por el incremento de los medios digitales</li><li>- Desconocimiento de los hechos de la coyuntura nacional e internacional y los procesos históricos del país</li><li>- Los salarios de los periodistas son bajos</li><li>- Existen grandes deficiencias de redacción</li><li>- Escaso conocimiento del periodismo digital</li></ul>
---	---	---

<p>- Andrés Gómez</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creencia de que la formación es una transmisión y reproducción permanente de contenidos</li> <li>- Carrera forma más periodistas que comunicadores</li> <li>- Formación permite tener una conexión con la realidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los medios capacitan a los profesionales para ejercer en el campo del periodismo porque existe una falta de herramientas procedimentales</li> <li>- Existe un reflote del periodismo por las nuevas tecnologías de la información que han aportado al desarrollo del periodismo digital <ul style="list-style-type: none"> <li>- Periódicos digitales son una nueva oportunidad de trabajo para los periodistas</li> <li>- Se requiere formar periodistas multimedia</li> <li>- Se requiere manejar los recursos multimedia como el texto, imagen, audio, video y otros</li> <li>- Existe la creencia de que el periodismo es un trabajo liviano, pero es una profesión que no tiene horarios</li> </ul> </li> </ul>
-----------------------	--	---

<p>- Renán Estenssoro</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La formación en la carrera es genérica, pero no ofrece los conocimientos específicos sobre periodismo</li> <li>- El plan de estudios es teórico y no ofrece conocimientos en profundidad</li> <li>- Existe una falta de vocación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios de comunicación están saturados</li> </ul>
<p>- Ronald Grebe</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El plan de estudios es teórico y está desactualizado</li> <li>- La carrera forma más comunicadores que periodistas</li> <li>- Los docentes no tienen experiencia laboral</li> <li>- Los talleres verticales no funcionan</li> <li>- Hay una gran cantidad de estudiantes que no permite una enseñanza personalizada</li> <li>- Hay una falta de orientación y desconocimiento de las menciones de preespecialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios de comunicación están saturados y muchos se cerraron</li> <li>- Egresados y titulados tienen dificultades en el ejercicio laboral</li> <li>- Salarios de periodistas son bajos y no todos cuentan con todos los beneficios sociales</li> <li>- Las pasantías no deben ser gratuitas y se debe pagar un salario mínimo para que se establezca un vínculo laboral con la empresas</li> <li>- Mala redacción y mala ortografía</li> <li>- No hay la capacidad para hallar el enfoque</li> <li>- No están informados del acontecer nacional e internacional</li> </ul>

<p>- Antonio Vargas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hay problemas en la aplicación práctica de lo aprendido</li> <li>- El currículo está desactualizado</li> <li>- Los docentes no tienen experiencia laboral</li> <li>- Hay un gran número de estudiantes</li> <li>- No se certifican las menciones de preespecialización</li> <li>- Los talleres verticales no funcionan porque no hay apoyo de estudiantes de cursos superiores a sus pares de niveles inferiores y hay una repetición de contenidos</li> <li>- Roscas políticas afectan la formación profesional en la carrera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicadores sociales compran sus espacios en los medios de comunicación y se sustentan con espacios de publicidad, por lo que no obtienen un salario fijo</li> <li>- Hay pocos comunicadores que trabajan en instituciones o empresas públicas y privadas y se han reducido los espacios en las ONG</li> <li>- No saben escribir noticias</li> </ul>
-------------------------	--	---



<p>- Lupe Cajías</p>	<p>- La formación de la carrera está estancada porque el plan de estudios está desactualizado, pues no responde al mercado laboral y las nuevas tecnologías de la comunicación</p> <p>- Hay una mínima cantidad de titulados de la carrera, por lo que se debe facilitar y replantear las modalidades de titulación</p> <p>- Hay un elevado interés por la sociedad</p>	<p>- Hay limitaciones en el ejercicio profesional</p> <p>- Hay un deficiente manejo de la palabra, la ortografía y la redacción</p>
----------------------	---	---

<p>- Gabriela Sotomayor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La formación de la carrera es amplia y genérica y no se concretiza en una preespecialidad</li> <li>- La formación tiene una visión crítica que permite leer la realidad boliviana</li> <li>- Las cuatro menciones existentes no funcionan porque son consideradas como una materia más y no como una preespecialidad</li> <li>- El equipamiento es insuficiente para abastecer la gran cantidad de estudiantes que hay en los talleres</li> <li>- La mayoría de los docentes no tiene experiencia de trabajo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hay pocos espacios de trabajo en los medios de comunicación</li> <li>- El mercado laboral de los comunicadores se ha limitado por contratación de modelos o profesionales de otras áreas por una cuestión de imagen</li> <li>- Se ha disminuido los empleos en las ONG por la crisis mundial y la política gubernamental</li> <li>- Los medios buscan que estudiantes realicen pasantías porque no cuentan con personal y no quieren pagar un salario. Por ello, se establecieron convenios con las empresas privadas para que se garantice el desarrollo de las habilidades de los profesionales</li> <li>- Los salarios son bajos</li> <li>- Hay deficiencias en la redacción de noticias</li> <li>- No hay un hábito de la lectura, lo cual genera que haya una mala redacción de noticias, boletines y otros</li> </ul>
-----------------------------	--	--

<p>- Sidney Torres</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El plan de estudios está desactualizado y no se adecúa a las demandas del campo laboral y el encargo social</li> <li>- El currículo no se concretiza en una preespecialización</li> <li>- De los 16 seminarios que concentran parte importante de los contenidos en comunicación solo cuatro son obligatorios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los profesionales aprenden el ejercicio práctico durante su labor en los medios de comunicación o en instituciones públicas o privadas</li> <li>- Pocos estudiantes saben escribir noticias o boletines</li> </ul>
<p>- Amanda Dávila</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La formación es más teórica que práctica</li> <li>- Hay una repetición de contenidos</li> <li>- La carrera forma más periodistas que comunicadores porque no enfatiza en otras áreas</li> <li>- Se tiene un conocimiento muy básico de los procesos históricos del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los profesionales no tienen mucha experiencia en la comunicación corporativa o institucional</li> <li>- Las instituciones estatales están obligadas a difundir sus actividades y la gestión gubernamental mediante las redes sociales</li> <li>- Se requiere formar comunicadores para el área digital y las redes sociales, ya que el sector público utiliza esos medios para emitir una información, dar una posición o aclarar alguna denuncia</li> </ul>

<p>- Daniel Sánchez</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- En periodismo tiene un mercado laboral interesante, pero este se puede ampliar si se ingresa a la comunicación corporativa</li> <li>- El número de profesionales dedicados a la comunicación corporativa se ha elevado y se requiere que la universidad fortalezca esa área</li> <li>- Hay deficiencias para efectuar un análisis especializado desde los diferentes sectores del contexto nacional</li> <li>- Hay comunicadores que trabajan como asesores de representantes del gremio privado o del plantel ejecutivo de las compañías</li> </ul>
<p>- Gabriel Dabdoub</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- El campo de la comunicación corporativa en Santa Cruz se ha ampliado y se ha convertido en una necesidad para las empresas, además que ofrece buenos salarios</li> <li>- Hay una deficiente redacción de las noticias, boletines o comunicados de prensa</li> </ul>

<p>- Gary Rodríguez</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El plan de estudios es teórico y no se enfoca en la praxis</li> <li>- La formación no se vincula con las necesidades del sector privado y productivo por lo que no se adecúa a la demanda del mercado laboral</li> <li>- La formación tiene una visión crítica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los empresarios deben capacitar a los comunicadores por la falta de herramientas prácticas, lo que implica un proceso de aprendizaje, tiempo e inversión</li> <li>- Hay una falta de experiencia sobre el trabajo en la comunicación corporativa</li> <li>- El sector privado requiere comunicadores que se preespecialicen en el sector económico</li> <li>- Actualmente se han abierto varias agencias y medios digitales</li> <li>- Se requiere periodistas y comunicadores que se preespecialicen en un área específica</li> </ul>
-------------------------	--	---

<p>- Javier Medrano</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El currículo es teórico y está desactualizado</li> <li>- La formación de la carrera no se concreta en una preespecialidad</li> <li>- Los docentes no se actualizan y adecúan los contenidos que transmiten de acuerdo con las nuevas tecnologías de la comunicación e información</li> <li>- La carrera no ofrece formación sobre la comunicación corporativa o empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El ejercicio en el campo laboral es traumático porque el plan de estudios es teórico y no ofrece una preespecialización</li> <li>- Las empresas deben capacitar e invertir en recursos humanos para llenar los vacíos existentes de la formación de la carrera</li> <li>- Hay una demanda creciente de comunicadores preespecializados en la comunicación corporativa o empresarial</li> <li>- La instalación de las agencias de comunicación ha sido difícil porque se debe tener una visión que combine la comunicación y el empresariado</li> <li>- Hay deficiencias en el manejo de la información</li> <li>- No hay conocimientos para plantear estrategias</li> <li>- Hay una visión limitada del sector empresarial</li> <li>- Hay deficiencias para analizar los sectores del contexto nacional</li> <li>- No se tienen los conocimientos para generar negocios para las empresas</li> </ul>
-------------------------	---	---

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

#### 4.8 REQUERIMIENTOS DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA

Con la información obtenida de las entrevistas semiestructuradas se logró identificar las tareas profesionales de los comunicadores, así como los conocimientos, habilidades, destrezas y valores adecuados a los requerimientos actuales del mercado laboral y el encargo social.

**CUADRO N°6  
DEMANDAS DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA**

<b>TAREAS PROFESIONALES</b>	<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>	<b>VALORES</b>
- Ejercicio de la profesión a través de la aplicación práctica de lo aprendido con una sólida base teórica	- Obtiene conocimientos a través de los procesos de compartir y un análisis del contexto social, económico, político, científico y otros - Conoce de filosofía que promueve la solución de problemas y la creatividad	- Es empático para abordar una entrevista o un sondeo de opinión - Tiene la habilidad de hallar o percibir el enfoque de una noticia o un hecho	- Desempeña su profesión con ética - Irradia sensibilidad ante los problemas de la sociedad

<p>- Los profesionales deben estar informados de los hechos nacionales e internacionales, así como de los procesos históricos internos y externos</p>	<p>- Conoce de los procesos históricos del país y del mundo - Está informado de los hechos que acontecen en la coyuntura nacional e internacional</p>	<p>- Redacta noticias, boletines o mensajes</p>	<p>- Es responsable y corrobora la información que emite al público</p>
<p>- Los profesionales deben tener una buena redacción de noticias, boletines o mensajes</p>	<p>- Conoce los principios de redacción y las reglas gramaticales</p>	<p>- Es capaz de expresarse, vía oral o escrita, para presentar una noticia para la televisión, radio, medios impresos y digitales</p>	<p>- Asume un compromiso con la sociedad</p>
<p>- Los profesionales deben dominar las herramientas prácticas para transmitir lo que sucede en la realidad nacional y externa</p>	<p>- Tiene una base teórica y práctica sólida de la comunicación</p>	<p>- Realiza entrevistas o sondeos de opinión para televisión, radio o medios impresos y digitales</p>	<p>- Trabaja por mantener un equilibrio sobre un hecho o una denuncia</p>



<p>- Los profesionales deben elegir una mención para que puedan preespecializarse en un área de la comunicación</p>	<p>- Tiene conocimiento sobre el periodismo multimedia</p> <p>- Tiene conocimientos sobre la comunicación corporativa</p> <p>- Tiene conocimiento sobre el asesoramiento de autoridades y el plantel</p>	<p>- Toma fotografías para medios impresos y digitales</p> <p>- Hace notas para televisión, radio y medios impresos y digitales</p> <p>- Domina los programas de edición de audio y video</p> <p>- Es capaz de elaborar estrategias para posicionar la imagen de una compañía, de sus productos, sus marcas y otros</p> <p>- Es capaz de manejar conflictos de las instituciones del sector público y privado.</p>	<p>- Es un buen ser humano porque está comprometido con lo que le sucede con la sociedad</p> <p>- Es solidario con la gente, con los sin voz y los marginados</p> <p>- Es abierto, extrovertido, con ganas de aprender y compartir lo aprendido</p>
---	--	--	---

	<p>ejecutivo del sector público y privado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene conocimiento sobre la producción audiovisual</li>   <li>- Elabora programas y proyectos en comunicación para el desarrollo y educación</li>   <li>- Tiene conocimiento sobre la docencia universitaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es creativo para realizar programas para televisión y proyectos para cine</li>   <li>- Elabora programas y proyectos de comunicación educativa y para el desarrollo</li> <li>- Tiene didáctica e imparte su experiencia laboral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene empatía</li> <li>- Tiene deseos de superación</li> <li>- Es investigador</li> <li>- Es innovador</li> <li>- Enfrenta retos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los profesionales deben tener la capacidad de efectuar un análisis especializado del área política, económica, social y otros del contexto nacional e internacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conoce los hechos que acontecen en la coyuntura nacional e internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es capaz de analizar y sintetizar los hechos o noticias de la coyuntura nacional e internacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantiene un equilibrio sobre un hecho o una denuncia</li> </ul>

<p>- Los profesionales deben realizar prácticas preprofesionales en empresas o instituciones públicas y privadas, a través de convenios con la carrera, para aplicar y adquirir nuevas herramientas prácticas</p>	<p>- Conoce el funcionamiento de las salas de redacción, sets de televisión y los estudios de radio</p>	<p>- Tiene una visión crítica sobre los hechos noticiosos</p>	<p>- Es un buen ser humano porque está comprometido con la sociedad</p>
<p>- Los profesionales deben dominar el manejo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación</p>	<p>- Conoce el manejo de las principales redes sociales como Facebook, WhatsApp y Twitter          - Conoce programas de diseño gráfico          - Tiene un conocimiento básico del inglés</p>	<p>- Tiene la capacidad de escribir y ser concreto para enviar información o mensajes mediante las redes sociales</p>	<p>- Posee credibilidad por la información responsable y equilibrada que emite          - Busca la verdad sobre una denuncia          - Es apasionado por su trabajo y labora bajo presión</p>

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

#### **4.9 Análisis de la escala Likert**

La selección de la muestra para aplicar la escala Likert fue no probabilística debido a que la elección de las fuentes de información obedece a criterios preestablecidos.

La técnica fue aplicada a 50 profesionales, entre egresados y titulados de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, en el periodo 2009-2013, los cuales fueron seleccionados de acuerdo con los siguientes criterios:

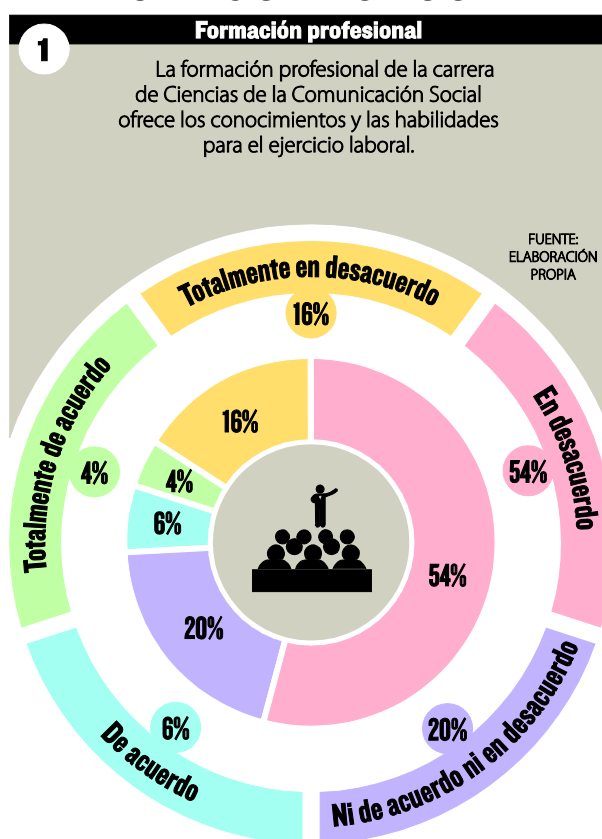
- Los egresados y titulados tienen una experiencia de trabajo mayor a los cinco años.
  
- Los profesionales trabajan en medios de comunicación públicos y privados.
  
- Los profesionales laboran en empresas privadas e instituciones y firmas públicas.

También el instrumento se aplicó a 80 estudiantes de quinto año de la carrera que fueron seleccionados debido a que éstos tienen una asistencia regular y pertenecen a las cuatro menciones de preespecialidad que tiene la carrera.

#### 4.9.1 Análisis de la escala Likert realizada a 50 egresados y titulados de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

La escala Likert se aplicó en 2016 a 50 profesionales en el periodo 2009-2013, que trabajan en medios e instituciones públicas y privadas.

**GRÁFICO N° 1**  
**FORMACIÓN PROFESIONAL**



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### Interpretación

El 54% de los egresados y titulados indican que no están de acuerdo en que la formación profesional de la carrera ofrece los conocimientos y las habilidades necesarias para el ejercicio laboral.

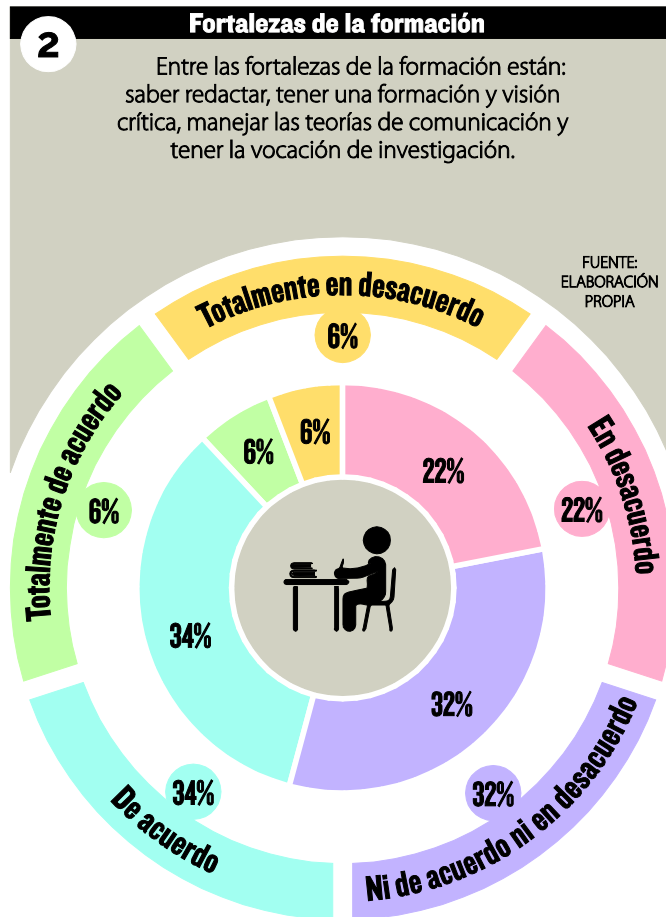
En tanto, el 20% de los consultados señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 16% afirman que están totalmente en desacuerdo, el 6% expresan que están de acuerdo y el 4% sostienen que están totalmente de acuerdo con esa aseveración.

El gráfico N° 1 muestra que el 70% de los egresados y titulados afirman que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que la formación profesional de la carrera brinda los conocimientos y las habilidades para el ejercicio laboral.

Dicho porcentaje muestra que es necesario actualizar la formación profesional de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

En tanto, el 20% de los consultados señalan no está de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración y sólo el 10% sostienen que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que la formación ofrece las herramientas necesarias para desenvolverse en el campo laboral.

## GRÁFICO N° 2 FORTALEZAS DE LA FORMACIÓN



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### Interpretación

El 34% de los profesionales afirman que están de acuerdo que entre las fortalezas de la formación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA están: saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de comunicación y tener la vocación de investigación.

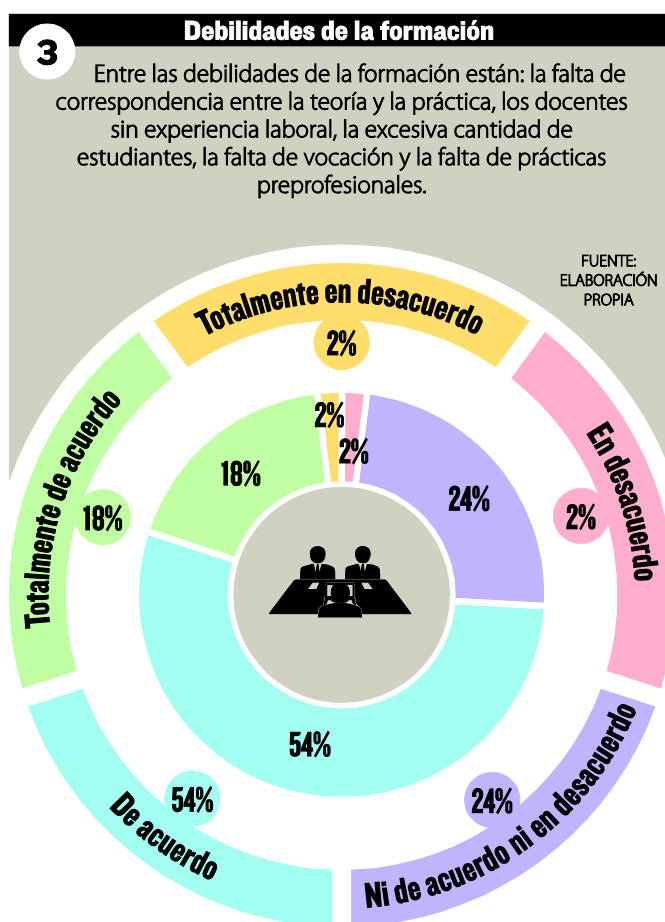
En tanto, el 32% señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación, el 22% indican que están en desacuerdo, el 6% manifiestan que están totalmente en desacuerdo y el restante el 6% sostienen que están totalmente de acuerdo.

El gráfico N° 2 revela que menos de la mitad (40%) de los egresados y titulados de la carrera están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las fortalezas de la formación académica están saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de la comunicación y tener la vocación de investigación.

Entre tanto, el 32% de los consultados no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación, lo que muestra que no están convencidos de esa aseveración. Mientras, que solo el 28% de los profesionales indican que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa aseveración.



### GRÁFICO N° 3 DEBILIDADES DE LA FORMACIÓN



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### Interpretación

El 54% de los entrevistados indican que están de acuerdo que entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, los docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y la falta de prácticas preprofesionales.

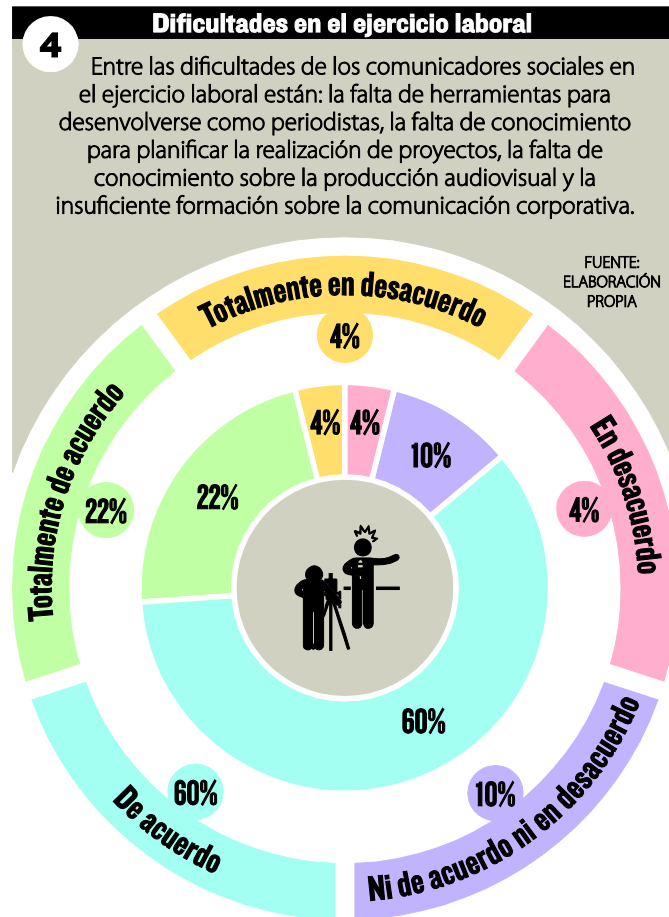
En tanto, el 24% de los consultados indican que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración, el 18% sostienen que están totalmente de acuerdo, el 2% señalan que están en desacuerdo mientras que el 2% afirman que están totalmente en desacuerdo.

El gráfico N° 3 muestra que el 72% de los titulados y egresados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, la existencia de docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y prácticas preprofesionales.

Mientras que, el 24% de los consultados no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración. En cambio, solo el restante 4% de los profesionales están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con esa afirmación.

## GRÁFICO N° 4

### DIFICULTADES EN EL EJERCICIO LABORAL



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### Interpretación

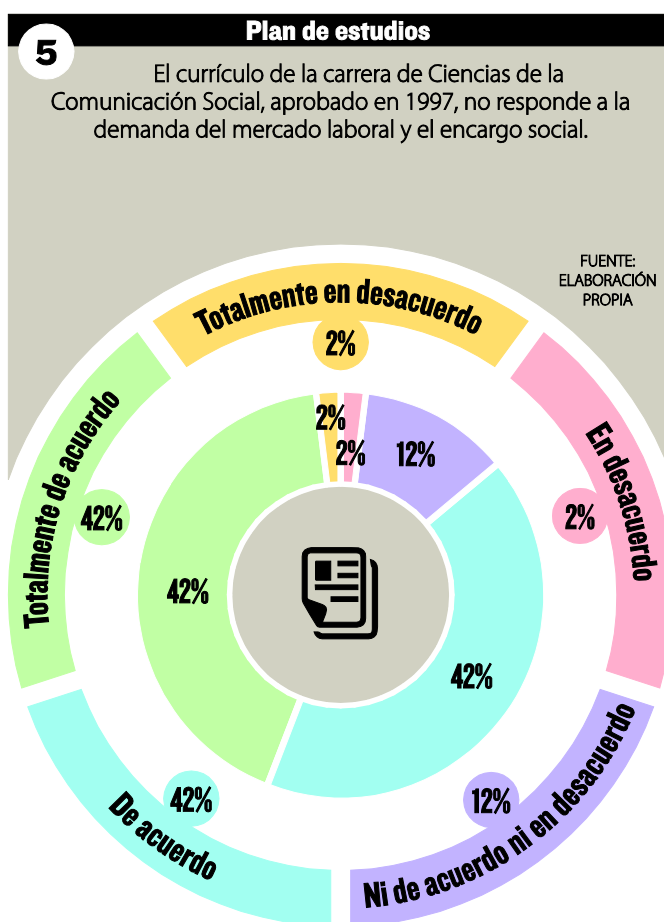
El 60% de los egresados y titulados afirman que están de acuerdo en que entre las dificultades de los comunicadores en el ejercicio laboral están: la falta de herramientas para desenvolverse como periodistas, la falta de conocimiento para planificar proyectos, la falta de conocimiento para realizar producción audiovisual y la insuficiente formación sobre la comunicación corporativa.

En tanto, el 22% de los consultados indican que están totalmente de acuerdo con esa afirmación, el 10% señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% sostienen que están de desacuerdo y el 4% aseguran que están totalmente en desacuerdo.

El gráfico N° 4 revela que el 72% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las dificultades del ejercicio laboral están: la falta de herramientas para desenvolverse como periodistas, la falta de conocimiento para planificar proyectos, la falta de conocimiento para realizar producción audiovisual y la insuficiente formación sobre la comunicación corporativa.

En tanto, el 10% de los consultados no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración y el restante 8% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa afirmación.

## GRÁFICO N° 5 PLAN DE ESTUDIOS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### Interpretación

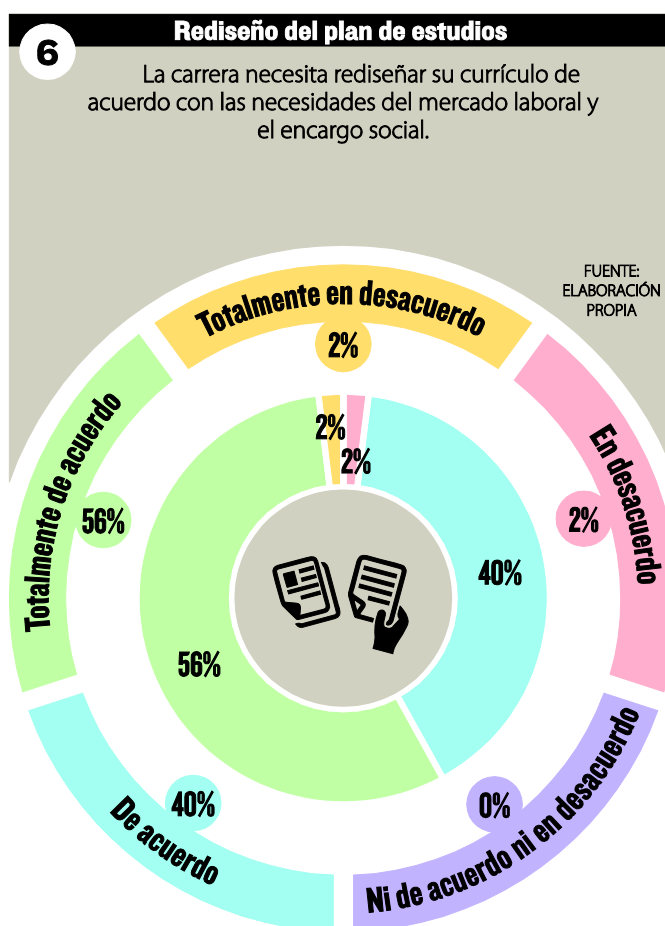
El 42% de los consultados indican que están de acuerdo en que el currículo de la carrera, aprobado en 1997, no responde a la demanda del mercado laboral y el encargo social mientras que el 42% señalan que están totalmente de acuerdo con esa afirmación.

En tanto, el 12% de esas personas afirman que no están de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% sostienen que están en desacuerdo y el 2% señalan que están totalmente en desacuerdo.

En el gráfico N° 5 refleja que el 84% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el currículo de la carrera, aprobado en 1997, no responde a la demanda del mercado laboral y el encargo social, lo cual muestra que debe rediseñarse.

Mientras que el 12% de los consultados no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración y solo el restante 4% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa afirmación.

## GRÁFICO N° 6 REDISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### Interpretación

El 56% de los egresados y titulados aseguran que están totalmente de acuerdo en que la carrera necesita rediseñar su plan de estudios de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social, mientras que el 40% afirman que están de acuerdo con esa medida.

En tanto, el 2% indican que están en desacuerdo con esa aseveración y el restante 2% señalan que están totalmente en desacuerdo.

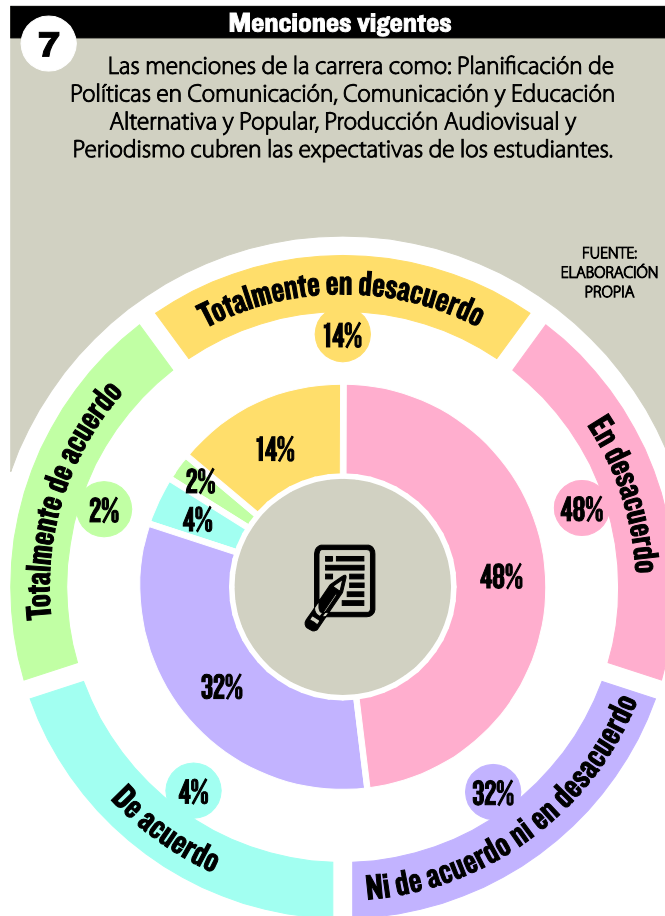
En el gráfico N° 6 demuestra que el 96% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera de Ciencias de la Comunicación Social necesita rediseñar su plan de estudios de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social, por lo cual se requiere consolidar esa medida.

Entre tanto, solo el 4% de las personas están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa aseveración.

Este esfuerzo coincide con el trabajo que lleva adelante la carrera para rediseñar su currículum y la presente investigación es una propuesta coincidente con dicha iniciativa.



## GRÁFICO N° 7 MENCIONES VIGENTES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### Interpretación

El 48% de los consultados afirman que están en desacuerdo en que las menciones de la carrera como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren las expectativas de los estudiantes.

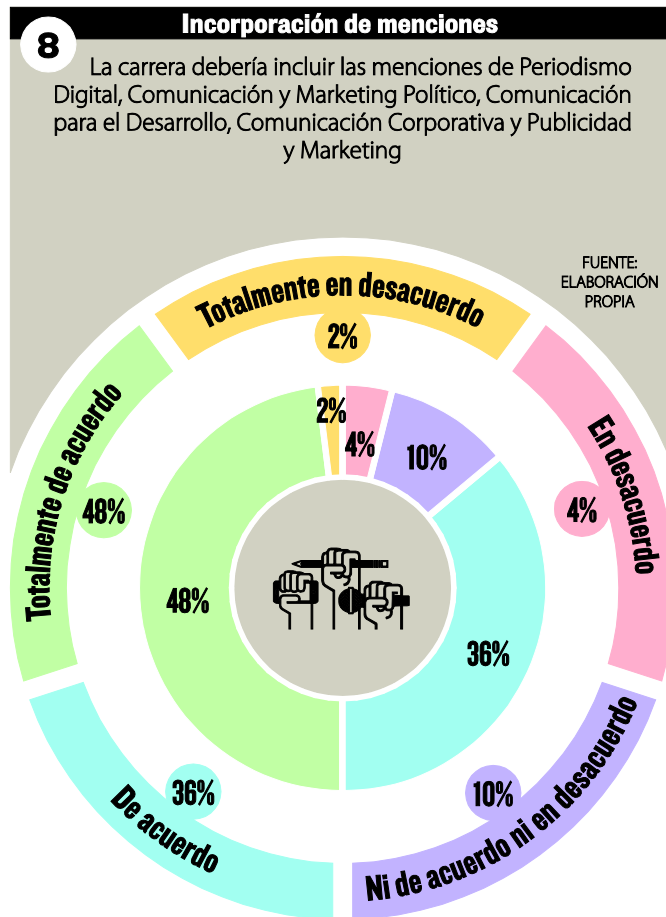
En tanto, el 32% de las personas señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración, el 14% sostienen que están totalmente en desacuerdo, el 4% indican que están de acuerdo mientras que el 2% señalan que están totalmente de acuerdo.

El gráfico N° 7 refleja que el 62% de los profesionales están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que las menciones de la carrera como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren las expectativas de los estudiantes.

Esto muestra que dichas menciones no son suficientes para que los universitarios se preespecialicen y se desenvuelvan en el mercado laboral.

Entre tanto, el 32% de los consultados no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación y solo el restante 6% indican que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con esa aseveración.

## GRÁFICO N° 8 INCORPORACIÓN DE MENCIONES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### Interpretación

El 48% de los egresados y titulados afirman que están totalmente de acuerdo en que la carrera debería incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing.

En tanto, el 36% de los consultados aseguran que están de acuerdo con esa aseveración, el 10% señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% sostienen que están en desacuerdo y el 2% indican que están totalmente en desacuerdo.

El gráfico N° 8 muestra que el 84% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera debe incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing para diversificar las áreas de preespecialización y ampliar las posibilidades de hallar un empleo.

Mientras que, el 10% de los consultados no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración y solo el restante 4% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa afirmación.

#### **4.9.2 Conclusiones del análisis de la escala Likert aplicada a egresados y titulados de la carrera.**

- El 70% de los egresados y titulados están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que la formación profesional de la carrera ofrece los conocimientos y las habilidades para el ejercicio laboral, lo que muestra que es necesario actualizar y adecuar la formación profesional de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

- El 40% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las fortalezas de la formación están: saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de la comunicación y tener la vocación de investigación.

- El 72% de los titulados y egresados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y prácticas preprofesionales.

- El 72% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las dificultades del ejercicio laboral están: la falta de herramientas procedimentales para desenvolverse como periodistas, la falta de conocimiento para planificar proyectos, la falta de conocimiento para realizar producción audiovisual y la insuficiente formación sobre la comunicación corporativa.

- El 84% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el currículo de la carrera, aprobado en 1997, no responde a la demanda del mercado laboral y el encargo social, lo cual muestra que debe rediseñarse.

- El 96% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera necesita rediseñar su plan de estudios de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social, por lo cual se requiere consolidar esa medida.

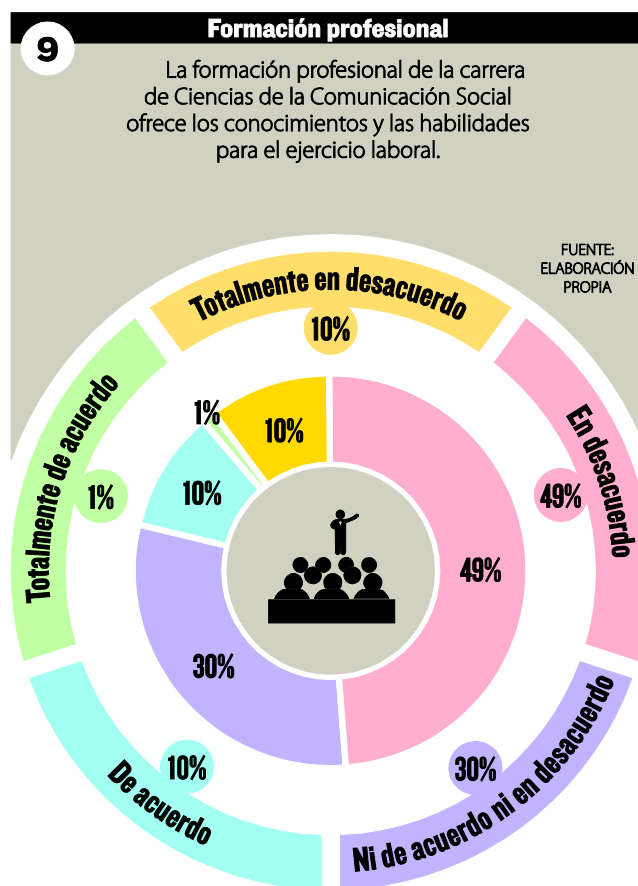
- El 62% de los profesionales están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que las menciones de la carrera como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren las expectativas de los estudiantes.

- El 84% de los profesionales están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera debe incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing para diversificar las áreas de preespecialización y ampliar las posibilidades de hallar un empleo.

### 4.9.3 Análisis de la escala Likert aplicada a 80 estudiantes de quinto año de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

La escala Likert se aplicó en 2016 a 80 estudiantes de quinto año que asisten regularmente y pertenecen a las cuatro menciones de preespecialidad.

**GRÁFICO N° 9**  
**FORMACIÓN PROFESIONAL**



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### Interpretación

El 49% de los estudiantes de quinto año indican que están en desacuerdo en que la formación profesional de la carrera ofrece los conocimientos y las habilidades para el ejercicio laboral.

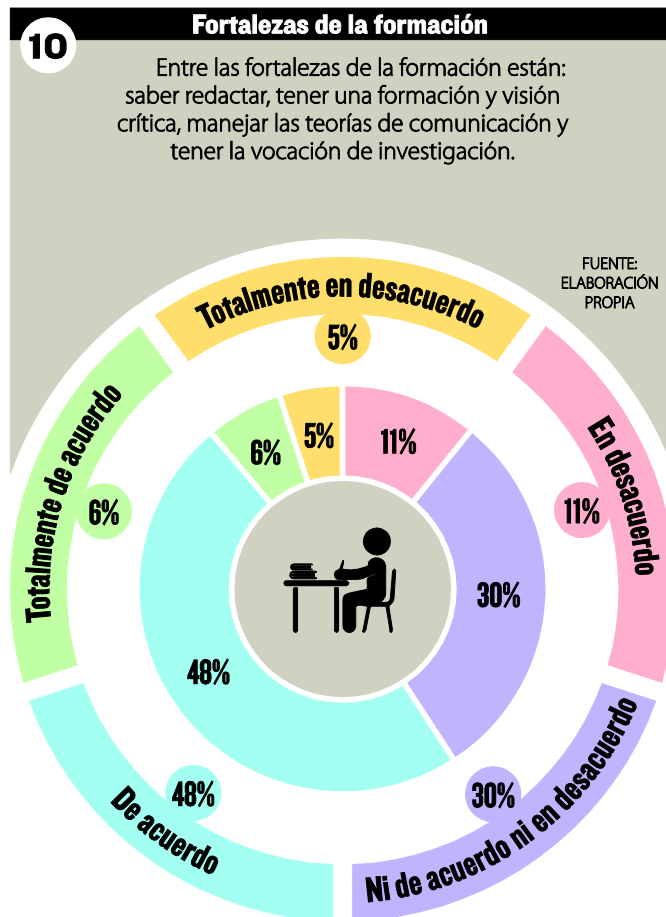
En tanto, el 30% de los consultados señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 10% afirman que están totalmente en desacuerdo, el 10% sostienen que están de acuerdo y el 1% aseguran que están totalmente de acuerdo.

El gráfico N° 9 refleja que el 58% de los universitarios están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que la formación profesional de la carrera brinda los conocimientos y las habilidades para el ejercicio laboral, lo que muestra que la formación de la carrera debe actualizarse y adecuarse con las demandas del mercado laboral y el encargo social.

Mientras que, el 30% de los estudiantes no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación y solo el restante 11% están de acuerdo y totalmente de acuerdo con esa aseveración.



**GRÁFICO N° 10**  
**FORTALEZAS DE LA FORMACIÓN**



**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**Interpretación**

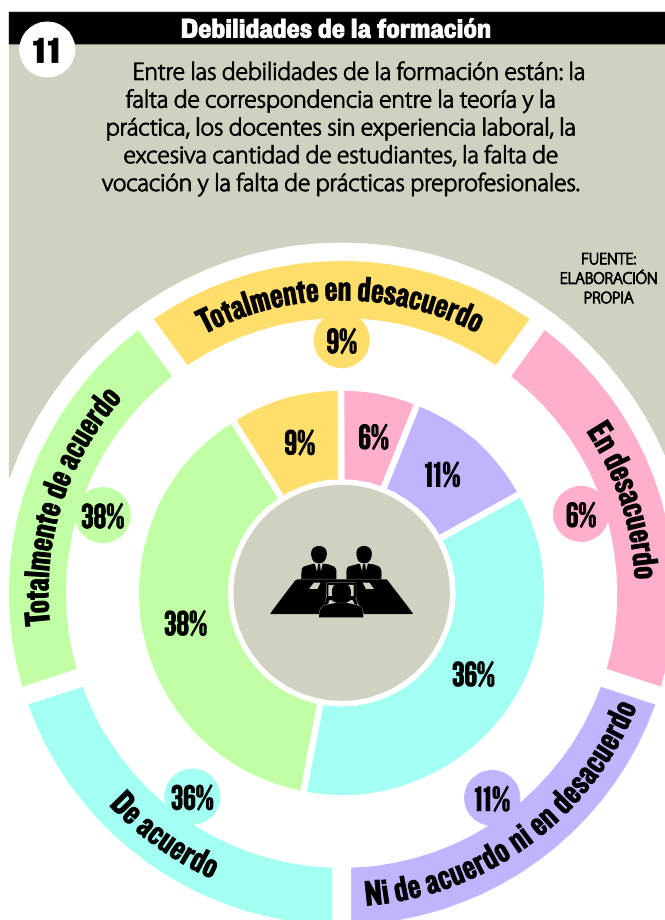
El 48% de los estudiantes de quinto año afirman que están de acuerdo en que entre las fortalezas de la formación de la carrera están: saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de comunicación y tener la vocación de investigación.

En tanto, el 30% señalan que no está de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación, el 11% indican que están en desacuerdo, el 6% señalan que están totalmente de acuerdo y el restante el 5% sostienen que están totalmente en desacuerdo.

El gráfico N° 10 refleja que más de la mitad (56%) de los universitarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que las fortalezas de la formación de la carrera están: saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de comunicación y tener la vocación de investigación.

Empero, el 30% de esas personas no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación mientras solo el restante 16% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa aseveración.

**GRÁFICO N° 11**  
**DEBILIDADES DE LA FORMACIÓN**



**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**Interpretación**

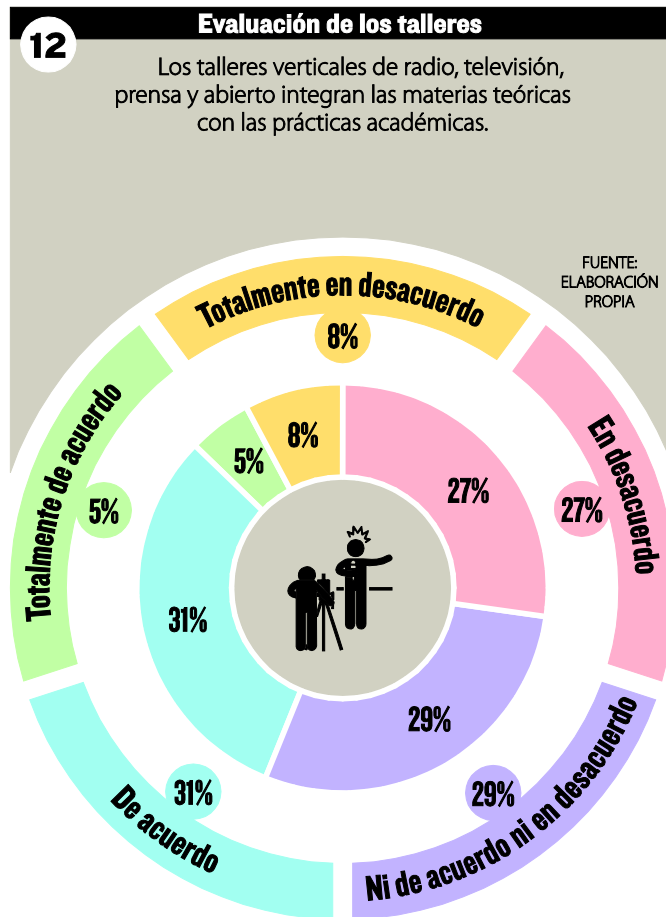
El 38% de los entrevistados indican que están totalmente de acuerdo en que entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, los docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y la falta de prácticas preprofesionales.

En tanto, el 36% de los consultados señalan que están de acuerdo con esa aseveración, el 11% afirman que no están de acuerdo ni en desacuerdo, el 9% sostienen que están totalmente en desacuerdo mientras que el 6% aseguran que están en desacuerdo.

El gráfico N° 11 refleja que el 76% de los universitarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y la falta de prácticas preprofesionales.

No obstante, el 15% de las personas señalan que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa aseveración mientras que el 11% indican que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación.

## GRÁFICO N° 12 EVALUACIÓN DE LOS TALLERES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### Interpretación

El 31% de los estudiantes de quinto año afirman que están de acuerdo en que los talleres verticales de radio, televisión, prensa y abierto integran las materias teóricas con las prácticas académicas.

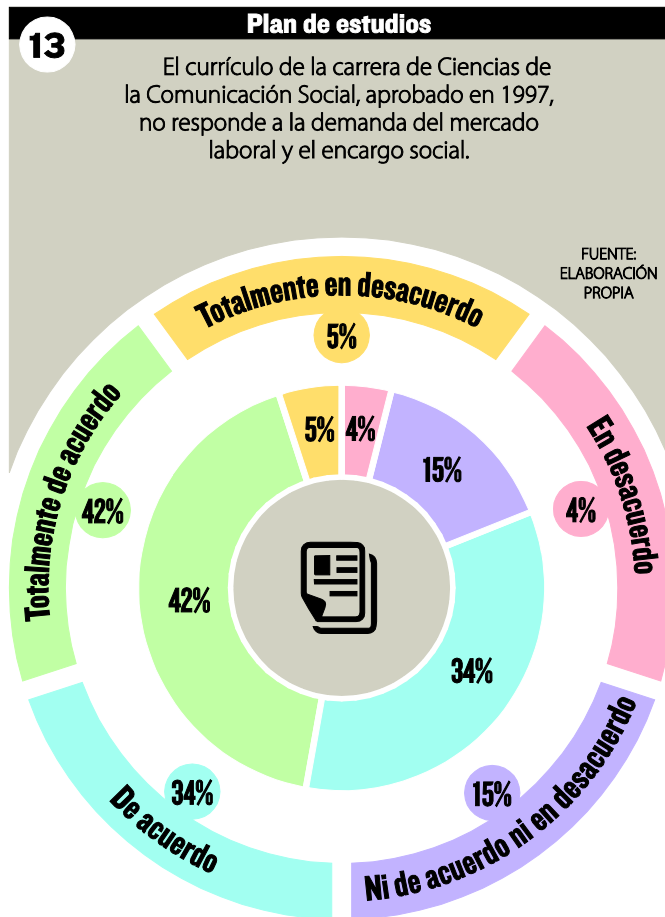
En tanto, el 29% de los consultados aseguran que no están de acuerdo ni en desacuerdo en esa aseveración, el 27% indican que están desacuerdo, el 8% sostienen que están totalmente en desacuerdo y el 5% señalan que están totalmente de acuerdo.

El gráfico N° 12 muestra que el 36% de los universitarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que los talleres verticales de radio, televisión, prensa y abierto integran las materias teóricas con las prácticas académicas.

Sin embargo, el 35% de los estudiantes están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa afirmación, lo cual muestra que el porcentaje de los consultados que están de acuerdo y en desacuerdo en que los talleres integran las materias teóricas con las prácticas académicas es casi igual.

Mientras que, el 29% no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración.

### GRÁFICO N° 13 PLAN DE ESTUDIOS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### Interpretación

El 42% de los consultados indican que están totalmente de acuerdo en que el currículum de la carrera, aprobado en 1997, no responde a la demanda del mercado laboral y el encargo social.

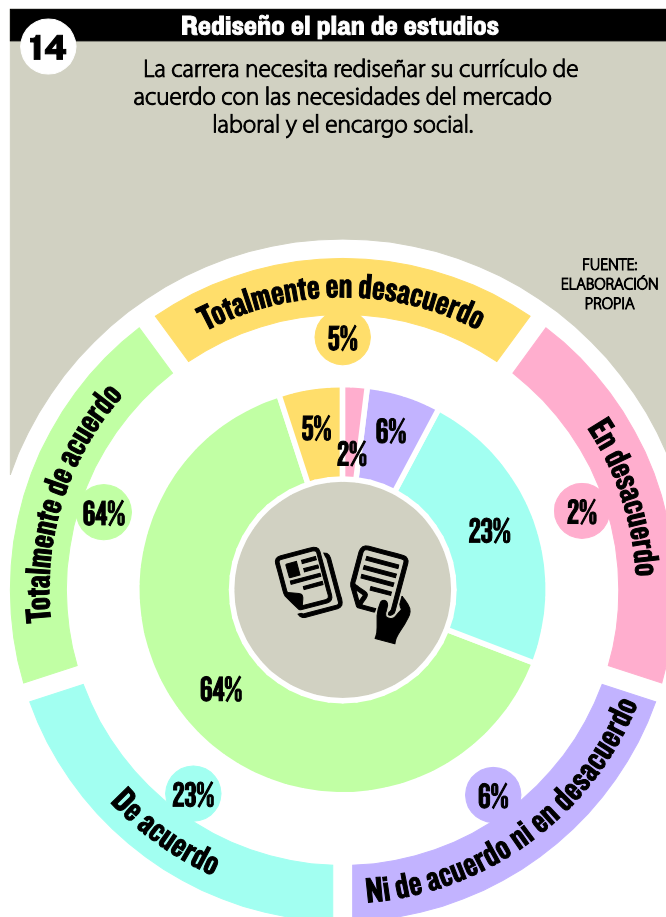
En tanto, el 34% señalan que están de acuerdo con esa afirmación, el 15% sostienen que no están de acuerdo ni en desacuerdo, el 5% aseguran que están totalmente en desacuerdo y el 4% señalan que están en desacuerdo.

El gráfico N° 13 demuestra que el 76% de los universitarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el currículo de la carrera, aprobado en 1997, no responde al mercado laboral y el encargo social, lo que refleja que debe rediseñarse.

Entre tanto, el 15% de los consultados no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración y el restante 9% indican que están desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa afirmación.



**GRÁFICO N° 14**  
**REDISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS**



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### Interpretación

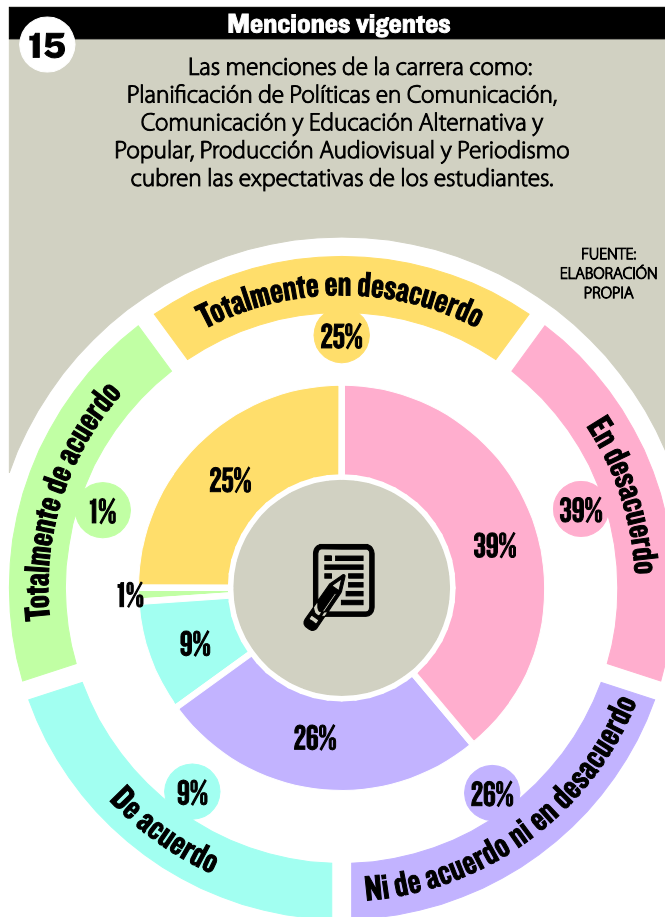
El 64% de los estudiantes de quinto año aseguran que están totalmente de acuerdo en que la carrera necesita rediseñar su plan de estudios de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social, mientras que el 23% de los consultados afirman que están de acuerdo con esa medida.

En tanto, el 6% de los consultados indican que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración, el 5% indican que están totalmente en desacuerdo y el restante 2% señalan que están en desacuerdo.

El gráfico N° 14 refleja que el 87% de los universitarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera necesita rediseñar su currículo de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

En tanto, el 7% de los estudiantes están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa aseveración y solo el 6% no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa afirmación.

**GRÁFICO N° 15**  
**MENCIONES VIGENTES**



**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**Interpretación**

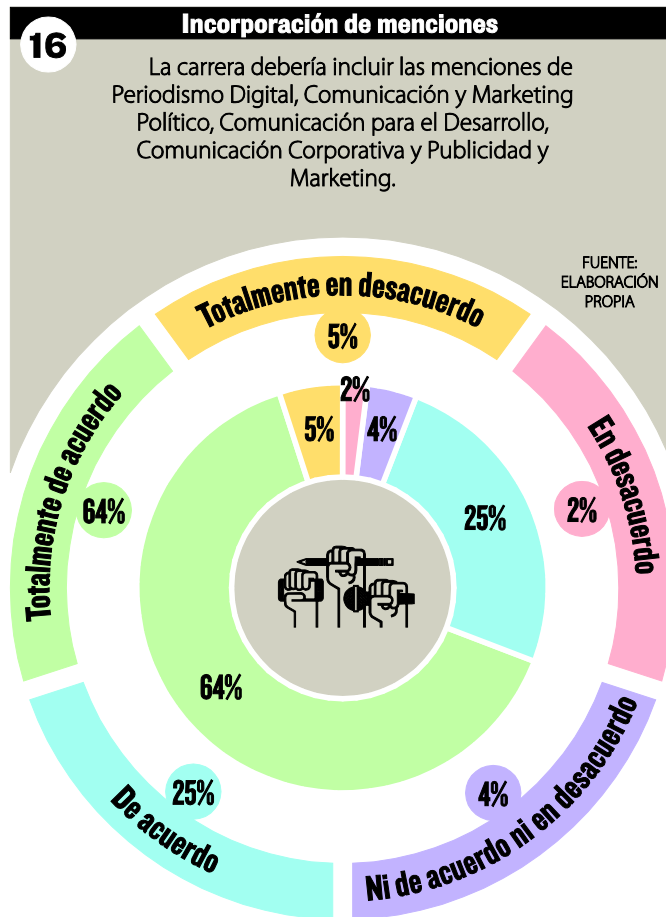
El 39% de los universitarios de quinto año afirman que están en desacuerdo en que las menciones de la carrera como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren las expectativas de los estudiantes.

En tanto, el 26% de los consultados señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración, el 25% sostienen que están totalmente en desacuerdo, el 9% indican que están de acuerdo mientras que el 1% señalan que están totalmente de acuerdo.

El gráfico N° 15 demuestra que el 63% de los universitarios están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que las menciones de la carrera como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren las expectativas de los estudiantes.

Mientras que el 26% de las personas indican que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración y solo el 10% están de acuerdo y totalmente de acuerdo con esa afirmación.

**GRÁFICO N° 16**  
**INCORPORACIÓN DE MENCIONES**



**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

**Interpretación**

El 64% de los estudiantes de quinto año afirman que están totalmente de acuerdo con que la carrera debería incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing.

En tanto, el 25% de los consultados aseguran que están de acuerdo con esa aseveración, el 5% señalan que están totalmente en desacuerdo, el 4% indican que no están de acuerdo ni en desacuerdo y el 2% aseguran que están en desacuerdo.

El gráfico N° 16 refleja que el 89% de los universitarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera debería incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing, lo que muestra que debe diversificarse las preespecialidades.

Empero, el 7% de las personas indican que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa afirmación y solo el 4% señalan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con esa aseveración.

#### **4.9.4 Conclusiones del análisis de la escala Likert aplicada a estudiantes de quinto año**

- El 58% de los universitarios están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con que la formación profesional de la carrera ofrece los conocimientos y las habilidades necesarias para el ejercicio laboral, lo que muestra que la formación de la carrera debe actualizarse y adecuarse a las demandas del mercado laboral y el encargo social.

- El 56% de los consultados están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que las fortalezas de la formación de la carrera están: saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de comunicación y tener vocación de investigación.

- El 76% de los estudiantes están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, la existencia de docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y la falta de prácticas preprofesionales.

- El 36% de los universitarios están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que los talleres verticales de radio, televisión, prensa y abierto integran las materias teóricas con las prácticas académicas, mientras que el 35% de los estudiantes están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con esa afirmación.

- El 76% de los consultados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el currículo de la carrera, aprobado en 1997, no responde al mercado laboral y el encargo social, lo que refleja que debe rediseñarse.

- El 87% de los estudiantes están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera necesita rediseñar su plan de estudios de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

- El 63% de los universitarios están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que las menciones de la carrera como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren las expectativas de los estudiantes.

- El 89% de los consultados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la carrera debería incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing, lo que muestra que debe diversificarse las preespecialidades en comunicación.



## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 SISTEMA INTEGRADO DE OBJETIVOS ORIENTADOS AL PERFIL RECONFIGURADO DEL COMUNICADOR SOCIAL**

Las tareas profesionales se identificaron a través de la información obtenida de las entrevistas semiestructuradas realizadas a ejecutivos y exejecutivos de los medios de comunicación, representantes y exrepresentantes de los gremios de los periodistas, así como a exautoridades de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social y de la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSA, exautoridades del Gobierno del área de comunicación, representantes y exrepresentantes de los gremios del empresariado privado y un ejecutivo de una agencia de comunicación.

También los datos se adquirieron de la aplicación de una escala Likert a los estudiantes de quinto año y a egresados y titulados de la carrera.

#### **5.2 TAREAS PROFESIONALES**

Al concluir la carrera, el comunicador social de la UMSA deberá cumplir con las siguientes tareas profesionales:

- Ejerce la profesión a través de la aplicación práctica de lo aprendido con una sólida base teórica.
  
- Está informado de los hechos nacionales e internacionales, así como de los procesos históricos internos y externos.

- Tiene una buena redacción de noticias, boletines o mensajes comunicacionales.
  
- Domina las herramientas prácticas para transmitir lo que sucede en la realidad nacional y externa.
  
- Tiene una mención de preespecialización en un área de la comunicación para que tenga más oportunidades de hallar un trabajo.
  
- Tiene la capacidad de efectuar un análisis especializado del área política, económica, social y otros del contexto nacional e internacional.
  
- Realiza prácticas preprofesionales en empresas o instituciones públicas y privadas, a través de convenios con la carrera, para aplicar y adquirir nuevas herramientas prácticas.
  
- Domina el manejo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En esa línea, los datos obtenidos de las entrevistas semiestructuradas y de la escala Likert permitieron definir los objetivos referentes a los conocimientos, habilidades, destrezas y valores que se integran en la reconfiguración del perfil profesional del comunicador social de la UMSA, como se detalla a continuación:

### **5.2.1 Conocimientos generales**

- Conocer los fundamentos epistemológicos y filosóficos de la Comunicación Social que sustenten el ejercicio profesional bajo el enfoque de su preferencia como: el funcionalista, el dialéctico crítico, el estructuralista y otros.
- Tener una sólida base teórica y práctica de la comunicación.
- Conocer los procesos y sucesos históricos nacionales e internacionales.
- Conocer los hechos que acontecen en la coyuntura nacional e internacional.
- Saber redactar y dominar las reglas gramaticales.
- Conocer el funcionamiento de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).
- Conocer el manejo de las principales redes sociales como Facebook, WhatsApp y Twitter.
- Conocer programas de diseño gráfico.
- Tener conocimiento básico del inglés.

#### **- Conocimientos para el Periodismo Multimedia**

- Tener conocimiento sobre el periodismo multimedia.
- Conocer los diferentes géneros periodísticos informativos.
- Conocer el funcionamiento de las salas de redacción, sets de televisión, estudios de radio y medios digitales.

#### **- Conocimientos para la Comunicación Corporativa**

- Conocer las estrategias de la comunicación corporativa.
- Conocer de manera profunda la institución, la empresa y sus productos.

#### **- Conocimientos para la Asesoría en Comunicación**

- Tener conocimiento sobre el asesoramiento a autoridades del sector público y ejecutivos del rubro privado.

**- Conocimientos para la Producción Audiovisual**

- Tener conocimiento sobre la producción audiovisual para crear productos para los medios audiovisuales como la televisión y el cine.

**- Conocimientos para la Comunicación para el Desarrollo Social**

- Tener conocimiento sobre la comunicación y el desarrollo social.

- Conocer las condiciones de las comunidades, incluida la cultura y el idioma, los asuntos comunitarios y los problemas interculturales.

- Conocer la planificación y la puesta en marcha de programas, así como la planificación de la comunicación.

**5.2.2 Habilidades y destrezas generales**

- Ser empático para abordar una entrevista o un sondeo de opinión.

- Tener la capacidad de evaluar los procesos políticos, económicos y sociales para definir el enfoque de una noticia o un hecho.

- Ser capaz de analizar y sintetizar los hechos o noticias de la coyuntura nacional e internacional.

- Tener la capacidad de escribir y ser concreto para enviar información o mensajes mediante las redes sociales.

**- Habilidades y destrezas para el Periodismo Multimedia**

- Realizar entrevistas o sondeos de opinión para televisión, radio, medios escritos y digitales.

- Ser capaz de expresarse, vía oral o escrita, para presentar una noticia para los formatos de radio, televisión o plataformas digitales.

- Redactar noticias para plataformas digitales y periódicos impresos.

- Interactuar en radio, televisión, medios digitales y redes sociales.

- Tomar fotografías para medios impresos y digitales.

- Manejar los programas de edición de audio, video e imágenes.

**- Habilidades y destrezas para la Comunicación Corporativa**

- Elaborar comunicados, boletines y mensajes.
- Tener una visión crítica sobre los hechos noticiosos.
- Asesorar a la dirección general sobre los objetivos de la comunicación en la organización, institución o empresa y sus estrategias posteriores.
- Crear y consolidar la identidad corporativa, la imagen de la organización y la arquitectura de sus marcas.

**- Habilidades y destrezas para la Asesoría en Comunicación**

- Ser capaz de manejar los conflictos de las instituciones y empresas del sector público y privado.
- Dirigir e implementar la comunicación en el ámbito institucional y corporativo en los diferentes medios y soportes.

**- Habilidades y destrezas para la Producción Audiovisual**

- Crear productos para medios audiovisuales como la televisión y el cine.
- Encargarse de la logística, así como de la dotación de insumos durante las fases de realización del proyecto audiovisual.

**- Habilidades y destrezas para la Comunicación para el Desarrollo Social**

- Tener la habilidad de comprender al público destinatario e informarse sobre su contexto y cultura.
- Analizar la situación y los problemas de la comunidad.
- Desarrollar estrategias de comunicación e intervención.
- Elaborar programas y proyectos de comunicación educativa y desarrollo.

### **5.2.3 Valores profesionales**

- Desempeñar su profesión con ética y compromiso.
- Ser responsable y corroborar la información que emite.
- Despertar sensibilidad ante los problemas de la sociedad.
- Asumir un compromiso con la sociedad.
- Abordar un hecho, una denuncia o un problema con equilibrio y pluralidad.
- Cuidar la credibilidad ante la población con la difusión de información responsable y equilibrada.
- Laborar bajo presión.
- Enfrentar retos.
- Ser propositivo.
- Ser innovador.
- Ser investigador.

### **5.3 PROPUESTA DEL PERFIL PROFESIONAL RECONFIGURADO**

El profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA posee una sólida base teórica en comunicación, en correspondencia con criterios epistemológicos de su libre elección y está dotado de conocimientos sobre los procesos históricos nacionales e internacionales, estructurales y de coyuntura, conoce las reglas gramaticales para optimizar la redacción y está formada para desempeñarse, de acuerdo su vocación y especialidad, en las áreas del Periodismo Multimedia, la Comunicación Corporativa, el Asesoramiento en Comunicación, la Producción Audiovisual y la Comunicación para el Desarrollo Social. Además, según su especialidad, conoce el funcionamiento de las salas de redacción, sets de televisión, estudios de radio y maneja los medios digitales y las redes sociales.

Asimismo, tiene la capacidad de analizar y sintetizar la coyuntura nacional e internacional con un carácter crítico y equilibrado, sabe utilizar los instrumentos de los diferentes géneros periodísticos informativos en los distintos formatos, es capaz de evaluar los procesos políticos, económicos y sociales para definir el enfoque de las noticias, tiene la habilidad de expresar, vía oral y escrita, los hechos en los diferentes formatos y es capaz de realizar trabajos de diseño gráfico para productos y servicios.

También está dotado de un alto sentido de compromiso, sensibilidad, responsabilidad social, ética, solidaridad, equilibrio y pluralidad, tiene deseos de superación y cuida su credibilidad con la difusión de información responsable.

## **5.4 MENCIONES IDENTIFICADAS**

De acuerdo con el perfil profesional reconfigurado se identificaron las siguientes menciones:

### **- Periodismo Multimedia**

El periodista multimedia —que se encarga de realizar el ejercicio periodístico en múltiples plataformas— debe tener la capacidad de redactar los diferentes géneros periodísticos informativos, percibir los enfoques de las noticias, interactuar en redes sociales, televisión, radio, efectuar notas para el portal digital y el periódico impreso.

También debe tomar fotografías, realizar entrevistas para los diferentes formatos y manejar programas de audio, video e imágenes. Asimismo, debe conocer el sistema de gestión de contenidos que le permitirá organizar, editar, modificar y publicar un artículo en varias plataformas.

### **- Comunicación Corporativa**

El comunicador corporativo deberá conocer de manera profunda la institución, la empresa del sector público o privado y sus productos. Asesora la dirección general en los objetivos de comunicación de la organización y en su estrategia. Debe crear y consolidar la identidad corporativa, la imagen de la organización y la arquitectura de las marcas. Tiene la capacidad de manejar conflictos de las instituciones o compañías. Debe dirigir e implementar las comunicaciones en el ámbito institucional y corporativo en los diferentes medios y soportes.



Debe haber trabajado de manera previa en los medios de comunicación y debe ser capaz de conseguir información o historias presentadas con un enfoque atractivo sobre los productos o la empresa que le interesen al público y a los medios de comunicación.

### **- Asesoría en Comunicación**

El profesional ofrece asesoramiento en el ámbito de la comunicación a autoridades y funcionarios del sector público, así como a ejecutivos o representantes de los gremios privados. El profesional además es capaz de analizar los efectos de las decisiones que asuman dichas autoridades o de las normas que apruebe.

También dicho profesional trabaja en emitir información dentro de las empresas públicas y privadas a través de periódicos internos, la comunicación corporativa y eventos. Otra de sus tareas son conocer las acciones del Departamento de Recursos Humanos, direccionar información a los diversos públicos a través de la comunicación interna y externa, desarrollar campañas y propagandas publicitarias, entre otros.

### **- Producción Audiovisual**

El productor audiovisual debe crear productos para medios de comunicación audiovisual como la televisión y el cine. Es el responsable de controlar los diferentes recursos para elaborar una pieza comunicativa ya sea grabada o en directo. Asimismo, es el gestor de los recursos para los proyectos y el que controla los gastos.

El profesional es responsable de la logística, la contratación de personal, los servicios y los permisos, así como de la dotación de insumos durante las tres fases de realización del proyecto audiovisual como: la preproducción, la producción y la posproducción.

### **- Comunicación para el Desarrollo Social**

El comunicador para el desarrollo social debe saber cómo comprender al público destinatario, informarse sobre el contexto y cultura y analizar la situación y las problemáticas de la comunidad. También motiva, moviliza y compromete a la gente y utiliza métodos participativos para dar a las comunidades una voz.

Además, el profesional debe establecer asociaciones, colaborar y crear vínculos y debe desarrollar estrategias de comunicación e intervención.

Dicho comunicador debe tener conocimiento sobre la comunicación y el desarrollo, las condiciones de las comunidades, incluida la cultura y el idioma, los asuntos comunitarios y los problemas interculturales, el desarrollo sostenible, así como la planificación y puesta en marcha de programas y la planificación de la comunicación.

## **5.5. PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE**

El Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) establece que los objetivos del plan de estudios —aprobado en 1997— tiene relación con la formación que se define en el perfil profesional del comunicador social como crítico y analítico que lee la realidad y realiza aportes para transformarla. (p.46)

Asimismo, el documento señala que dicho profesional tiene una formación integral capaz de vincular la teoría con la práctica y está preparado para realizar investigaciones científicas en comunicación que le permitan una permanente aproximación a la realidad nacional, comprometido con los derechos humanos, los derechos de los pueblos y los valores culturales del país.

En esa línea, la carrera de Ciencias de la Comunicación Social en su programa académico vigente propone formar:

### **5.5.1 Objetivos del plan estudios**

- Un comunicador integral que une la teoría con la práctica.
- Un comunicador veraz, crítico y analítico que lee la realidad y realice un aporte para transformarla.
- Un comunicador que sea capaz de elaborar mensajes informativos, de opinión e interpretativos que tengan como divisa la verdad.
- Un comunicador pedagógico y un cientista social que utilice con eficiencia el método científico y que esté capacitado para crear conocimiento.
- Un comunicador que luche para que el pueblo sea verazmente informado.

- Un comunicador que defienda los derechos humanos, los derechos de los pueblos, los valores culturales del país y se incorpore a la lucha por una sociedad más justa y más humana.

### **5.5.2 Perfil profesional vigente**

#### **a) Licenciados en Ciencias de la Comunicación Social**

Al cabo de cinco años de estudios, el profesional en Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA deberá alcanzar las siguientes características:

- Deberá poseer una formación basada en la realidad nacional apoyada en el conocimiento universal sobre la ciencia social, lo que permitirá comprender problemas sociales vigentes.
- Deberá tener, al mismo tiempo, un dominio de los instrumentos técnicos propios de la comunicación moderna.
- Sabrá evaluar los procesos económico-sociales y políticos del país.
- Será promotor de actividades y proyectos comunicacionales.
- Estará preparado para realizar investigaciones científicas en comunicación que le permitirá no solo profundizar, sino también producir conocimientos que conduzcan a la permanente aproximación a la realidad nacional.
- Estará formado para experimentar la adhesión y la práctica de los principios y valores éticos fundamentales como: la verdad, la justicia, la equidad, la solidaridad, la tolerancia y la vocación de servicio.
- Estará capacitado para impartir clases a nivel de enseñanza superior y media en los ámbitos relacionados con la comunicación y las ciencias sociales.

Los licenciados en Comunicación Social, según con el reglamento, accederán a las siguientes menciones:

- Planificación en Políticas de Comunicación
- Comunicación y Educación Alternativa y Popular
- Periodismo
- Producción Audiovisual

### **b) Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social**

La carrera forma también bachilleres en Ciencias de la Comunicación Social si los estudiantes cumplen de forma satisfactoria el cuarto año.

Para ser bachiller el estudiante deberá cumplir con las siguientes características:

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

### **5.5.3 Bases y estructuras curriculares vigentes**

Las materias de la estructura curricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social se encuentran organizadas en áreas, ciclos, talleres y asignaturas que están contemplados en el programa académico.

La vigente estructura curricular comprende tres áreas. La primera es el área básica que comprende cinco subáreas como: la formación del cientista social, las teorías de la comunicación, lenguaje y periodismo, investigación y métodos y técnicas y procedimientos.

La segunda área es la troncal que comprende el taller vertical síntesis que aplica una práctica concreta expresada en cuatro líneas de formación: televisión, prensa, radio y abierto (temáticas alternativas).

La tercera es el área complementaria que comprende a los seminarios optativos y electivos, de los cuales cuatro son obligatorios.

La estructura curricular está dividida en tres ciclos según los niveles de profesionalización. El nivel introductorio (primer año), formativo (segundo, tercero y cuarto) y superior (quinto año).

### **5.5.4 Taller vertical síntesis**

Se creó el sistema del taller vertical síntesis para superar la separación entre la teoría y la práctica en la educación superior y dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje en comunicación social.

En el libro azul (1998) se denomina al taller de síntesis a la materia troncal del mapa curricular que posibilita la aplicación de la carga curricular implementada en las materias consideradas teóricas en problemas concretas. (p.37)

En dicho documento se define al taller vertical a una modalidad del taller síntesis que está integrado por estudiantes de segundo, tercero y cuarto año que conforman grupos específicos y son dirigidos por un docente.

En tanto, el libro azul establece que el taller abierto es una modalidad temática del mismo que posibilita la flexibilidad del mismo para atender el interés de los estudiantes y docentes para desarrollar diferentes temáticas.

Dicho taller es parte del área troncal de la estructura curricular y busca consolidar una práctica concreta expresada en cuatro líneas de formación que el estudiante podrá elegir: televisión, prensa, radio y abierto (temáticas alternativas).

### **Objetivos**

- Colectivizar y socializar el proceso de enseñanza aprendizaje a través de la modalidad del taller vertical.
  
- Posibilitar la interrelación entre la teoría y la práctica en problemas concretos de la realidad social.
  
- Evitar la atomización del conocimiento donde la implementación e instrumentación de las materias se desarrollan sin una relación definida y concreta.

### **Conformación del taller vertical síntesis**

El taller vertical síntesis se conformará con 100 estudiantes que deberá organizarse en grupos de trabajo integrado por estudiantes de distintos niveles.

Al interior del taller síntesis se elegirá a los responsables del grupo que serán los estudiantes de los últimos niveles, quienes de forma conjunta con el docente serán los responsables del seguimiento del proceso académico.

El Informe de Autoevaluación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013) señala que “en los talleres se generan interacciones entre los estudiantes de mayor nivel y los nuevos estudiantes que se incorporan paulatinamente a los procesos de aprendizaje, los primeros socializan sus saberes en la práctica del taller en expresión pedagógica del concepto del par aventajado”. (p.31)

En esa línea, el currículo de la carrera establece la aplicación del taller vertical síntesis para que los estudiantes de los años superiores ayuden a los de niveles inferiores con el fin de consolidar la unión entre la teoría y la práctica y dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje en comunicación social.

Sin embargo, algunos entrevistados, con un criterio preestablecido, coincidieron en que el sistema del taller vertical de síntesis no funciona debido a que no ha logrado integrar la teoría y la práctica, ya que los estudiantes de cuarto y quinto año que poseen más conocimientos no los socializan con sus pares de niveles inferiores, tampoco los guían y hay una repetición de contenidos.



Ante esta situación, los consultados afirman que es necesario establecer otro mecanismo que ayude a que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos aprendidos y puedan obtener las habilidades y destrezas necesarias para desenvolverse en el campo laboral.

## **5.6 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DEL PERFIL PROFESIONAL RECONFIGURADO DEL COMUNICADOR SOCIAL**

Para la validación de la propuesta del perfil profesional reconfigurado del comunicador social se utilizó el método delphi para obtener la opinión de un grupo de expertos, a través de una consultada reiterada. Dicha técnica, de carácter cualitativa, es recomendable cuando no se dispone de información suficiente para la toma de decisiones o para obtener opiniones consensuadas y representativas de un colectivo de individuos.

Mercedes Reguant y Mercedes Torrado (2016) definen al método delphi como una “técnica de obtención de información, basada en la consulta a expertos de un área y con un consenso más fiable del grupo consultado. Estos expertos son sometidos individualmente a una serie de cuestionarios en profundidad que se intercalan con retroalimentación de lo expresado en el grupo y que partiendo de una exploración abierta, tras las sucesivas devoluciones, producen una opinión que representa al grupo”. (p. 88).

En tanto, Somerville (2008) lo define como un proceso reiterativo, normalmente de tres o cuatro rondas de preguntas, cada una basada en los resultados de la consulta previa y cuyo propósito es la exploración abierta sobre un tópico hasta llegar al consenso con las contribuciones repetidas de todo el grupo. (p. 89).

En esa línea, se seleccionó a un grupo de expertos a los que se les consultó su opinión sobre la propuesta del perfil profesional reconfigurado del comunicador social, entre los que están:

- El jefe de La Razón Digital, Baldwin Montero
  
- La jefa de Suplementos de La Razón, Patricia Cusicanqui
  
- El docente coordinador tutor del Doctorado de Ciencias de la Educación e Investigación de la Universidad Pública de El Alto (UPEA), Peter Escobar
  
- El docente de la UMSA, Marco Águila

Para validar los criterios, los expertos compararon el perfil profesional de la Carrera de Comunicación Social, vigente hace 20 años, con la propuesta realizada por la presente investigación.

#### **5.6.1 Sistematización de los criterios de validación de la propuesta del perfil profesional reconfigurado del comunicador social**

La sistematización de criterios nos permitió procesar las opiniones de los expertos, de acuerdo a su experiencia, sobre la propuesta del perfil profesional reconfigurado del comunicador social, la ampliación de los conocimientos, habilidades, destrezas y valores del perfil, así como el planteamiento de otras especialidades que se adecúen a los requerimientos actuales del mercado laboral y el encargo social.

Para ello, se evaluó los seis criterios de validación sobre la propuesta del perfil profesional del comunicador social, como se detalla a continuación:

### **Conocimientos**

El jefe de La Razón Digital, Baldwin Montero, el docente de la UMSA, Marco Águila y el docente coordinador tutor del Doctorado de Ciencias de la Educación e Investigación, Peter Escobar, coincidieron en que es satisfactoria la incorporación de conocimientos en el perfil profesional reconfigurado para ampliar las capacidades cognitivas.

En tanto, la jefa de Suplementos de La Razón, Patricia Cusicanqui, afirmó que dicho criterio de validación planteado es bueno.

Para Montero la reconfiguración del perfil profesional es fundamental por la clara obsolescencia del actual.

El ejecutivo aseguró que la nueva propuesta incluye elementos centrales de un perfil moderno y acorde a los desafíos actuales, aunque tal vez no dialoga necesariamente con el plan de estudios vigente, por lo que se requiere un rediseño del currículo.

### **Habilidades y destrezas**

Cusicanqui y Águila sostuvieron que es buena la inclusión de nuevas habilidades y destrezas en el perfil profesional reconfigurado para su mejor desempeño en el campo laboral. En cambio, Montero y Escobar aseguraron que el segundo criterio propuesto es satisfactorio.

La jefa de Suplementos de La Razón recomendó que sería positivo segmentar los conocimientos, habilidades, destrezas y valores en función de su especialidad.

### **Valores profesionales**

Para Cusicanqui y Escobar es satisfactoria la incorporación de valores en el perfil profesional reconfigurado para garantizar la ética y la responsabilidad de los comunicadores sociales. Entre tanto, para Montero dicho criterio es bueno y para Águila es regular.

### **Especialidades**

Montero, Cusicanqui, Águila y Escobar coincidieron en que es satisfactoria la ampliación de la formación del comunicador social en los ámbitos de Periodismo Multimedia, Comunicación Corporativa, Asesoramiento en Comunicación, Producción Audiovisual y Comunicación para el Desarrollo Social.

Águila aseguró que la carrera debe tender a la “especialización” para tener profesionales conocedores y expertos en áreas específicas, aunque esto no signifique que posean conocimientos, destrezas y valores en temas genéricos, pero no instrumentales o instrumentalizados.

El docente de la UMSA indicó además que es necesario dejar de hablar de áreas, menciones y especialidades sino que es mejor referirse a carreras como varias que ya existen en las universidades privadas.

## **Demandas del mercado laboral y el encargo social**

Para los tres expertos consultados es bueno que el perfil profesional reconfigurado propuesto tenga una relación con las demandas del mercado laboral y el encargo social.

A decir de Escobar el nuevo perfil reconfigurado de acuerdo a las necesidades actuales es satisfactorio.

En esa línea, Cusicanqui concluyó que la propuesta del perfil reconfigurado se adecúa a los nuevos tiempos y a las necesidades del mercado laboral sin ignorar la función social de los comunicadores titulados en la UMSA.

En tanto, Montero afirmó que existe la necesidad de que el perfil profesional del comunicador social dialogue y se adecúe al plan de estudios.

Escobar recomendó analizar las ofertas de otras universidades y sus perfiles.

## **Responsabilidad social universitaria**

A decir de Montero, Cusicanqui, Escobar y Águila el hecho de que haya una correspondencia entre el perfil profesional reconfigurado y la responsabilidad social universitaria es bueno.

El jefe de La Razón Digital expresó que es importante trabajar en el compromiso social de los profesionales de comunicación y su blindaje ante las presiones empresariales y del poder.

En ese sentido, de acuerdo a la opinión de los expertos consultados se puede concluir que la propuesta del perfil profesional reconfigurado se adecúa a los nuevos tiempos e incluye elementos centrales de un perfil moderno y se adecúa a los desafíos emergentes.

En tanto, los especialistas coincidieron en que es buena la incorporación de conocimientos, habilidades, destrezas y valores para ampliar las capacidades cognitivas, procedimentales y axiológicas de los comunicadores sociales con el fin de mejorar su desempeño laboral.

Finalmente, los expertos afirmaron que la propuesta de nuevas especialidades es satisfactoria debido a que en la actualidad los profesionales deben enfocarse en áreas específicas.

## **5.7 PROPUESTA MACROCURRICULAR DEL PLAN DE ESTUDIOS**

El plan de estudios es la organización de las asignaturas integradas horizontal y verticalmente que establece la carga horaria, la duración de los estudios, el carácter semestralizado o anualizado, mixto o modular y el valor crediticio.

### **5.7.1 Objetivos**

Los objetivos del plan de estudios se formulan con el propósito de que permitan alcanzar el perfil profesional y los objetivos de la carrera.

En esa línea, los objetivos de la propuesta del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social son formar:

- Un comunicador que posea una sólida base teórica en comunicación que esté en correspondencia con los criterios epistemológicos que escoja.
- Un comunicador que conozca los procesos históricos y de coyuntura que se registren en el ámbito nacional e internacional.
- Un comunicador que conozca las reglas gramaticales para optimizar su redacción.
- Un comunicador que, según su vocación y su especialidad, se desempeñe en las áreas de periodismo multimedia, la comunicación corporativa, la asesoría en comunicación, la producción audiovisual y la comunicación para el desarrollo social.
- Un comunicador que tenga la capacidad de analizar y sintetizar la coyuntura nacional e internacional con un carácter crítico y equilibrado.
- Un comunicador que utilice las herramientas para realizar trabajos de los diferentes géneros periodísticos y pueda percibir el enfoque de las noticias para los distintos formatos.



- Un comunicador que esté dotado de un alto sentido de compromiso, sensibilidad, responsabilidad social, ética, solidaridad y que busque la verdad.

### **5.7.2 Propuesta de bases y estructuras curriculares**

El presente trabajo plantea que la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA continúe teniendo una duración de cinco años y sea de carácter anualizado.

Las materias de la estructura curricular de la carrera se organizarán en áreas, ciclos, talleres y asignaturas. La estructura curricular tiene cuatro áreas.

#### **Área básica**

La primera es el área básica que contempla las materias teóricas que se pasarán los cinco años como:

#### **Primer año**

- Enfoques Epistemológicos de la Comunicación I
- Teorías de la Comunicación I
- Lenguaje
- Fundamentos de la Investigación
- Procesos Históricos y Estructurales de Bolivia y el Mundo
- Comunicación Interpersonal

### **Segundo año**

- Enfoques Epistemológicos de la Comunicación II
- Teorías de la Comunicación II
- Redacción I
- Deontología y Ética de la Comunicación
- Comunicación Oral
- Métodos y Técnicas de Investigación I

### **Tercer año**

- Procesos Comunicacionales en Bolivia
- Redacción II
- Legislación y Ética de la Comunicación
- Comunicación Organizacional
- Publicidad y Propaganda
- Métodos y Técnicas de Investigación II

### **Cuarto año**

- Teoría y Análisis de los Lenguajes
- Redacción III
- Nuevas Tecnologías en Comunicación
- Mercadotecnia Social
- Investigación en Comunicación

Los estudiantes pueden llevar seis materias por año. No obstante, si los universitarios reprueban tienen derecho a llevar dos asignaturas de arrastre y en total podrían llevar hasta siete materias.

## **Área troncal**

La segunda área es la troncal que comprende los talleres de formación integral que buscan que los estudiantes aprendan las herramientas prácticas y que éstas se complementen con la mención de preespecialización que elijan en seis líneas de formación como:

- Radio y Televisión
- Prensa Escrita y Digital
- Comunicación Corporativa
- Asesoría en Comunicación
- Producción Audiovisual
- Comunicación para el Desarrollo Social

Los estudiantes cursan los talleres a partir del segundo al quinto año.

## **Área de preespecialidad**

La tercera es el área de preespecialidad que comprende las siguientes cinco menciones:

- Periodismo Multimedia
- Comunicación Corporativa
- Asesoría en Comunicación
- Producción Audiovisual
- Comunicación para el Desarrollo Social

## **Área complementaria**

La cuarta es el área complementaria que comprende 12 seminarios semestrales, de los cuales ocho son obligatorios.

Entre los ocho seminarios obligatorios están Inglés I e Inglés II y los seis restantes pueden escogerse de la siguiente lista:

- Computación
- Expresión Oral
- Fotografía
- Cine
- Narrativa Literaria
- Opinión Pública
- Multimedia
- Diseño Gráfico
- Estadística
- Minimedios

## **Ciclos**

La estructura curricular que se plantea está dividida en tres ciclos según los niveles de profesionalización:

### **Ciclo inicial (primero año)**

El nivel inicial es introductorio a las áreas de comunicación, historia e investigación con las materias de: Enfoques Epistemológicos de la comunicación I, Teorías de la Comunicación I, Lenguaje, Fundamentos de la Investigación, Procesos Históricos y Estructurales de Bolivia y el Mundo y Comunicación Interpersonal.

### **Ciclo intermedio (segundo y tercer año)**

Este nivel está conformado por el segundo y tercer año en los que se da continuidad a las materias teóricas pero que se complementan con los talleres de formación integral que buscan la aplicación práctica de lo aprendido y fortalecer las habilidades y destrezas en las áreas de preespecialización de la comunicación.

### **Ciclo avanzado (cuarto y quinto año)**

Este nivel está contemplado por el cuarto y quinto año en los que los estudiantes siguen integrando el conocimiento teórico con el práctico a través de las materias teóricas y los talleres de formación integral.

En tanto, en este ciclo también los universitarios acceden a las menciones identificadas de acuerdo con el perfil profesional reconfigurado, las cuales buscan ofrecer mayores oportunidades de trabajo a los comunicadores a través de una preespecialización.

En el cuarto año se plantea que los estudiantes efectúen prácticas preprofesionales para que obtengan experiencia en el sector público o privado.

En este ciclo además se prepara a los estudiantes para obtener el título académico de Ciencias de la Comunicación Social, a través de cinco modalidades.

### **Modalidades de graduación**

La carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA mantiene la titulación de nivel de licenciatura tras cinco años de estudios en las siguientes modalidades:

- Tesis de Grado
- Proyecto de Grado
- Examen de Grado
- Trabajo Dirigido

El presente trabajo plantea que otra modalidad de graduación para los universitarios que es la presentación de un Reportaje Periodístico Profundo, que es resultado de una investigación completa sobre un tema.

Para la elaboración de dicho trabajo es indispensable no solo responder las preguntas básicas como qué, quién, dónde y cuándo sino hacer un especial énfasis en el cómo y en el por qué, las cuales darán al reportaje una mayor profundidad y la diferenciarán de otros géneros.

En esa línea, el gran reportaje se basa en la investigación y para ello se usa la entrevista, la encuesta y el análisis documental.

### **5.7.3 Propuesta de los talleres de formación integral**

El presente trabajo plantea la implementación de los talleres de formación integral para que los profesionales puedan consolidar la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos y puedan fortalecer sus habilidades y destrezas en las áreas de preespecialización de la comunicación tanto en el nivel horizontal como en el nivel vertical consolidando la formación secuencial.

Dichos talleres son parte del área troncal de la estructura curricular y buscan que los estudiantes aprendan las herramientas prácticas necesarias, sobre una sólida base teórica, a través de seis líneas de formación que podrán elegir:

- Radio y Televisión
- Prensa Escrita y Digital
- Comunicación Corporativa
- Asesoría en Comunicación
- Producción Audiovisual
- Comunicación para el Desarrollo Social

### **Objetivos del taller integral**

- Consolidar la integración entre la teoría y la práctica en el campo de la comunicación social.
- Contribuir a que los estudiantes obtengan las herramientas prácticas procedimentales, a través de los talleres de formación integral para que puedan ejercer la profesión.
- Fortalecer las habilidades y destrezas en las áreas de preespecialización de la comunicación social.

### **Conformación de los talleres integrados**

Los talleres de formación integral, que se aplicarán del segundo al quinto año, estarán compuestos por un número de estudiantes pedagógicamente aceptable y deberán formar grupos de trabajo que cursan el mismo año con el propósito de evitar la repetición de contenidos.

Cabe aclarar que el primer taller que se cursará en el segundo año será de carácter exploratorio debido a que los estudiantes podrán seleccionar uno de los seis talleres que se complementen con la mención que escogieron.

No obstante, a partir del tercer año los universitarios deberán seleccionar el mismo taller u otro de los seis existentes que se complemente con la mención que escogieron en el campo de la comunicación ya que el tercer y cuarto taller deberá ser el mismo al que se seleccionó la segunda vez, pues el programa académico busca garantizar que los profesionales adquieran una preespecialización en el campo de la comunicación.



Para lograr un mejor proceso de enseñanza en los talleres se elegirá a un responsable en cada grupo de los estudiantes y ese cargo será rotativo cada tres meses para que todos participen y asuman dicha responsabilidad.

Con esta medida, se busca que de manera conjunta con la guía de los docentes responsables de los talleres se realice un buen seguimiento del proceso académico.

#### **5.7.4 Análisis comparativo entre el vigente y la propuesta del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social**

Entre los objetivos del vigente plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA está formar un comunicador integral que vincule la teoría con la práctica, sea veraz, crítico y analítico para que lea realidad y la transforme, sea pedagógico y un cientista social.

Sin embargo, las personalidades del ámbito de la comunicación y autoridades del sector público y ejecutivos del rubro privado coincidieron en las entrevistas realizadas que los contenidos del plan de estudios son muy genéricos y teóricos y no se concretan en una especialidad específica.

Los consultados además afirmaron que el currículo está vigente hace 20 años y está desactualizado y no se adecúa a las demandas actuales del mercado laboral y el encargo social, así como con los avances tecnológicos.

Asimismo, dichas personas señalaron que los profesionales tienen problemas para la aplicación práctica de los conocimientos aprendidos, por lo que el plan de estudios no ha logrado consolidar la integración entre la teoría y la práctica.

También confirmaron que el actual perfil profesional del comunicador no responde a las demandas del mercado laboral y el encargo social ni especifica los conocimientos y habilidades específicos que ayuden a los profesionales a obtener las herramientas prácticas necesarias sobre una sólida base teórica.

No obstante, indicaron que los valores como la verdad, la justicia, la equidad, la solidaridad, la tolerancia y la vocación de servicio aún son parte fundamental del ejercicio profesional.

En tanto, los entrevistados además sostuvieron que los talleres verticales síntesis no lograron vincular la teoría con la práctica porque la mayoría de los estudiantes de cuarto y quinto año que tienen más conocimiento y experiencia no lo socializan con sus pares de niveles inferiores y en algunos casos ellos deben repetir los contenidos, pues no están en el mismo nivel.

Aseveraron que las menciones tampoco funcionaron y no lograron que los estudiantes obtengan una preespecialización en un área de la comunicación.

Ante esto, la propuesta del plan de estudios del presente trabajo busca que el comunicador posea una sólida base teórica en comunicación que esté en correspondencia con los criterios epistemológicos que elija, conozca los procesos históricos y de coyuntura del país y del exterior, conozca las reglas gramaticales para mejorar su redacción, obtenga una preespecialización en las áreas de Periodismo Multimedia, Comunicación Corporativa, Asesoría en Comunicación, Producción Audiovisual y Comunicación para el Desarrollo Social.

El planteamiento especifica una serie de habilidades y destrezas que debe tener el profesional para desempeñarse en dichas áreas de preespecialización, así como que esté dotado de valores como el compromiso, la sensibilidad, la responsabilidad social, la ética, la solidaridad y que busque la verdad.

Dichos objetivos del currículo están formulados para alcanzar el perfil profesional reconfigurado del comunicador social de la UMSA.

Para ello, en el plan de estudios se establecen materias teóricas que forman a los profesionales en los enfoques epistemológicos, las teorías de la comunicación, los métodos de investigación, los procesos históricos nacionales e internacionales, la redacción, la ética de la comunicación, los tipos de comunicación, la publicidad y propaganda, las nuevas tecnologías de comunicación, entre otros.

El presente trabajo también propone talleres de formación integral para que los estudiantes aprendan las herramientas prácticas en seis líneas de formación como: Radio y Televisión; Prensa Escrita y Digital; Comunicación Corporativa; Asesoría en Comunicación, Producción Audiovisual y Comunicación para el Desarrollo Social.

La propuesta establece también que dichos talleres se realizarán con estudiantes del mismo nivel de formación para evitar la repetición de contenidos y se complementarán con las menciones de: Periodismo Multimedia, Comunicación Corporativa, Asesoría en Comunicación, Producción Audiovisual y la Comunicación para el Desarrollo Social a fin de que los profesionales obtengan una preespecialización en una de las áreas de la comunicación social y tengan mayores posibilidades de hallar una fuente laboral.

### 5.7.5 PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS

La presente investigación plantea la propuesta de plan de estudios macrocurricular que incluye nuevas materias, los talleres integrados, más menciones, otra modalidad de graduación, seminarios y la carga horaria.

**CUADRO N° 7**  
**PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS**

<b>N°</b>	<b>SIGLA</b>	<b>MATERIAS</b>	<b>HORAS ACADÉMICAS</b>
		<b>PRIMER AÑO</b>	
1	CEN 101	Enfoques Epistemológicos de la Comunicación I	160
2	CLE 102	Lenguaje	160
3	CTE 103	Teorías de la Comunicación I	160
4	CPR 104	Procesos Históricos y Estructurales de Bolivia y el Mundo	160
5	CCI 105	Comunicación Interpersonal	160
6	CFU 106	Fundamentos de la Investigación	160
			960
		<b>SEGUNDO AÑO</b>	
7	CEN 201	Enfoques Epistemológicos de la Comunicación II	160
8	CRE 202	Redacción I	160
9	CTE 203	Teorías de la Comunicación II	160
10	CDE 204	Deontología y Ética de la Comunicación	160
11	CCO 205	Comunicación Oral	160
12	CME 206	Métodos y Técnicas de Investigación I	160
			960

		<b>TALLER DE FORMACIÓN INTEGRAL I</b>	
13	TIR 207	Radio y Televisión I	320
14	TIP 208	Prensa Escrita y Digital I	320
15	TIC 209	Comunicación Corporativa I	320
16	TIA 210	Asesoría en Comunicación I	320
17	TIR 211	Producción Audiovisual I	320
18	TID 212	Comunicación para el Desarrollo Social I	320
			1280
		<b>TERCER AÑO</b>	
19	CPR 301	Procesos Comunicacionales en Bolivia	160
20	CRE 302	Redacción II	160
21	CPU 303	Publicidad y Propaganda	160
22	CET 304	Legislación y Ética de la Comunicación	160
23	COR 305	Comunicación Organizacional	160
24	CME 306	Métodos y Técnicas de Investigación II	160
			960
		<b>TALLER DE FORMACIÓN INTEGRAL II</b>	
25	TIR 307	Radio y Televisión II	320
26	TIP 308	Prensa Escrita y Digital II	320
27	TIC 309	Comunicación Corporativa II	320
28	TIA 310	Asesoría en Comunicación II	320
29	TIR 311	Producción Audiovisual II	320
30	TID 312	Comunicación para el Desarrollo Social II	320
			1280

<b>CUARTO AÑO</b>			
31	CAN 401	Teoría y Análisis de los Lenguajes	160
32	CRE 402	Redacción III	160
33	CNU 403	Nuevas Tecnologías en Comunicación	160
34	CSO 404	Mercadotecnia Social	160
35	CIN 405	Investigación en Comunicación	160
			800
<b>TALLER DE FORMACIÓN INTEGRAL III</b>			
36	TIR 406	Radio y Televisión III	320
37	TIP 407	Prensa Escrita y Digital III	320
38	TIC 408	Comunicación Corporativa III	320
39	TIA 409	Asesoría en Comunicación III	320
40	TIR 410	Producción Audiovisual III	320
41	TID 411	Comunicación para el Desarrollo Social II	320
<b>MENCIÓN I</b>			
42	MPE 412	Periodismo Multimedia I	160
43	MCO 413	Comunicación Corporativa I	160
44	MAS 414	Asesoría en Comunicación I	160
45	MPR 415	Producción Audiovisual I	160
46	MDE 416	Comunicación para el Desarrollo Social I	160
			1.280
<b>PASANTÍAS</b>			
47	PPR	Prácticas Preprofesionales	

<b>QUINTO AÑO</b>			
<b>MODALIDADES DE GRADUACIÓN</b>			
48	TGR 501	Tesis de Grado	160
49	PGR 502	Proyecto de Grado	160
50	EGR 503	Examen de Grado	160
51	TDI 504	Trabajo Dirigido	160
52	TRE 505	Reportaje Periodístico Profundo	160
			800
<b>TALLER DE FORMACIÓN INTEGRAL IV</b>			
53	TIR 506	Radio y Televisión IV	320
54	TIP 507	Prensa Escrita y Digital IV	320
55	TIC 508	Comunicación Corporativa IV	320
56	TIA 509	Asesoría en Comunicación IV	320
57	TIR 510	Producción Audiovisual IV	320
58	TID 511	Comunicación para el Desarrollo Social IV	320
<b>MENCIÓN II</b>			
59	MPE 512	Periodismo Multimedia II	160
60	MCO 513	Comunicación Corporativa II	160
61	MAS 514	Asesoría en Comunicación II	160
62	MPR 515	Producción Audiovisual II	160
63	MDE 516	Comunicación para el Desarrollo Social II	160
			1.280

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

		<b>SEMINARIOS SEMESTRALES OBLIGATORIOS</b>	
64	<b>CSI 01</b>	Inglés I	80
65	<b>CSI 02</b>	Inglés II	80
66	<b>CSC 03</b>	Computación	80
65	<b>CSE 04</b>	Expresión Oral	80
66	<b>CSF 05</b>	Fotografía	80
67	<b>CSI 06</b>	Cine	80
68	<b>CSN 07</b>	Narrativa Literaria	80
69	<b>CSO 08</b>	Opinión Pública	80
70	<b>CSM 09</b>	Multimedia	80
71	<b>CSD 10</b>	Diseño Gráfico	80
72	<b>CSE</b>	Estadística	80
73	<b>CSM</b>	Minimedios	80

**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA**

### **5.7.6 Carga horaria**

El Reglamento General de Títulos y Grados del XII Congreso Nacional de Universidades del Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana (CEUB) establece que las horas académicas para obtener el grado de licenciatura oscilan entre 4.500 y 6.000.

En esa línea, la carga horaria del plan de estudios que se plantea asciende a 6.080 horas académicas.



5.7.7 MAPA CURRICULAR ACTUAL

CUADRO N° 8

Mapa curricular vigente

Año	Formación del Cientista Social		Teorías de la Comunicación	Lenguaje y Periodismo	Investigación y Métodos	Técnicas Básicas	Taller Vertical Síntesis				Menciones	Seminarios Optativos (4 de vencimiento obligatorio)
5					Elaboración y Desarrollo de Proyectos (Según la modalidad de graduación)		Tv	Prensa	Radio	Abierto		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación Oral</li> <li>- Comunicación Organizacional</li> <li>- Opinión Pública</li> <li>- Fotografía</li> <li>- Cine</li> <li>- Nuevas Tecnologías en Comunicación</li> <li>- Idioma Operativo                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Aymara</li> <li>Quechua</li> <li>Inglés</li> <li>Francés</li> </ul> </li> <li>- Narrativa Literaria</li> <li>- Antropología Boliviana</li> <li>- Matemáticas</li> <li>- Estadística</li> <li>- Teoría de la Ideología</li> </ul>
	<b>Bachiller en Ciencias de la Comunicación</b>											
4	Procesos y Tendencias Políticas Contemporáneas		Teoría y Análisis de los Lenguajes	Redacción III Géneros Interpretativos	Investigación en la Comunicación		Tv	Prensa	Radio	Abierto	Planificación de Políticas de Comunicación Comunicación y Educación Alternativa y Popular Producción Audiovisual Periodismo	
3	Legislación y Ética en Comunicación	Formación Social Boliviana	Investigación de la Realidad Comunicacional Boliviana	Redacción II Géneros Opinativos	Métodos de Investigación	Publicidad y Propaganda	Tv	Prensa	Radio	Abierto		
2	Teorías Sociológicas		Teoría y Práctica de la Comunicación II	Redacción I Géneros Informativos	Epistemología y Lógica	Lenguaje de la Imagen	Tv	Prensa	Radio	Abierto		
1	Economía Política	Procesos Históricos	Teoría y Práctica de la Comunicación I	Lenguaje	Introducción a la Investigación	Diseño y Diagramación						

### 5.7.8 PROPUESTA DE MAPA CURRICULAR

CUADRO N° 9

CICLOS		INICIAL	INTERMEDIO		AVANZADO	
AÑO		Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
ÁREAS	BÁSICA	Enfoques Epistemológicos de la Comunicación I	Enfoques Epistemológicos de la Comunicación II	Procesos Comunicacionales	Teoría y Análisis de los Lenguajes	Tesis de Grado
		Lenguaje	Redacción I	Redacción II	Redacción III	Proyecto de Grado
		Teorías de la Comunicación I	Teorías de la Comunicación II	Publicidad y Propaganda	Nuevas Tecnologías en Comunicación	Examen de Grado
		Procesos Históricos y Estructurales de Bolivia y el Mundo	Deontología y Ética de la Comunicación	Legislación y Ética de la Comunicación	Mecadotecnia Social	Trabajo Dirigido
		Comunicación Interpersonal	Comunicación Oral	Comunicación Organizacional		Reportaje Periodístico Profundo
		Fundamentos de la Investigación	Métodos y Técnicas de la Investigación I	Métodos y Técnicas de la Investigación II	Investigación en Comunicación	
	TRONCAL		Taller de Radio y Televisión I	Taller de Radio y Televisión II	Taller de Radio y Televisión III	Taller de Radio y Televisión IV
			Taller de Prensa Escrita y Digital I	Taller de Prensa Escrita y Digital II	Taller de Prensa Escrita y Digital III	Taller de Prensa Escrita y Digital IV
			Taller de Comunicación Corporativa I	Taller de Comunicación Corporativa II	Taller de Comunicación Corporativa III	Taller de Comunicación Corporativa IV
			Taller de Asesoría en Comunicación I	Taller de Asesoría en Comunicación II	Taller de Asesoría en Comunicación III	Taller de Asesoría en Comunicación IV
			Taller de Producción Audiovisual I	Taller de Producción Audiovisual II	Taller de Producción Audiovisual III	Taller de Producción Audiovisual IV
			Taller de Comunicación para el Desarrollo Social I	Taller de Comunicación para el Desarrollo Social II	Taller de Comunicación para el Desarrollo Social III	Taller de Comunicación para el Desarrollo Social IV

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### 5.7.9 PROPUESTA DE MENCIONES Y SEMINARIOS

CUADRO N° 10

ÁREAS	CICLOS		INICIAL		INTERMEDIO		AVANZADO		
	AÑO		Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año		
	PREESPECIALIDAD						Periodismo Multimedia I	Periodismo Multimedia II	
						Comunicación Corporativa I	Comunicación Corporativa II		
						Asesoría en Comunicación I	Asesoría en Comunicación II		
						Producción Audiovisual I	Producción Audiovisual II		
						Comunicación para el Desarrollo Social I	Comunicación para el Desarrollo Social II		
COMPLEMENTARIA		OBLIGATORIAS	Inglés I						
			Inglés II						
		OPTATIVAS		Computación	Cine	Multimedia	Estadística		
			Expresión Oral	Narrativa Literaria	Diseño Gráfico	Minimedios			
			Fotografía	Opinión Pública					

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 CONCLUSIONES**

- El análisis del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA aprobado en 1997, hace 20 años, concluyó que está desactualizado y no responde a las necesidades del mercado laboral y el encargo social debido a que es muy genérico, teórico, no se concreta en una especialidad, no fortalece los conocimientos y herramientas procedimentales para el ejercicio profesional y no contempla contenidos actualizados del área.

- El análisis del perfil profesional de los comunicadores sociales estableció que es muy genérico, está desactualizado y los conocimientos, habilidades, destrezas y valores son limitados para integrar la formación teórica y práctica y así alcanzar una preespecialidad.

- Con los datos obtenidos de las entrevistas semiestructuradas y la escala Likert se definieron los conocimientos, las habilidades, las destrezas y valores para reconfigurar el perfil profesional de los comunicadores sociales de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social.

- De acuerdo con el perfil profesional reconfigurado se identificaron las menciones que la carrera requiere formar como: Periodismo Multimedia, Comunicación Corporativa, Asesoría en Comunicación, Producción Audiovisual y Comunicación para el Desarrollo Social.

## **Conclusión general**

- Producto del trabajo de investigación se estableció el perfil profesional reconfigurado del comunicador social de la UMSA, las menciones de preespecialidad, los talleres de formación integral y se elaboró una propuesta macrocurricular del plan de estudios que responde a la actual demanda laboral y el encargo social.

## **6.2 RECOMENDACIONES**

Con base en las conclusiones efectuadas se plantean las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las autoridades de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA que consideren la presente propuesta del perfil reconfigurado del comunicador social y la propuesta macrocurricular del plan de estudios para que se pueda impulsar el rediseño del currículo con el propósito de ampliar el mercado de trabajo y consolidar el encargo social.

- Se recomienda a las autoridades de la carrera la necesidad de efectuar el rediseño curricular antes de los diez años y no superar ese periodo como indica el Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana 2015-2019.

- Se recomienda al plantel docente apoyar las transformaciones curriculares de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, trabajar de manera constante en la actualización de los contenidos y socializar su experiencia para preparar a los profesionales para el actual mercado de trabajo.

- Se recomienda a los docentes utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los procesos de enseñanza y aprendizaje en sus asignaturas.

- Se recomienda a los estudiantes que se preocupen más por su formación profesional, que sean más críticos y que ejerzan el cogobierno para exigir que se realice el rediseño curricular de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

### 6.3 BIBLIOGRAFÍA

- Arce, R. (2011). La formación académica en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y su relación con la demanda del mercado laboral para comunicadores. Licenciatura en Comunicación Social. La Paz. UMSA.
- Ariñez, R. (2017). El 95% de los internautas usa su celular para navegar; la mayoría está en Santa Cruz. La Razón, La Paz, Bolivia. 17 mayo. Sociedad. s. p. [En línea] <[http://m.la-razon.com/sociedad/Encuesta-internautas-Bolivia-usan-celulares-navegar-internet-Santa\\_Cruz\\_0\\_2711128896.html](http://m.la-razon.com/sociedad/Encuesta-internautas-Bolivia-usan-celulares-navegar-internet-Santa_Cruz_0_2711128896.html)> [16.10.2017]
- Barrantes, R. (2013). Investigación: un camino al conocimiento. Un enfoque cuantitativo y cualitativo. 2ed. Costa Rica. Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
- Bolivia. Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana. (2014). Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana 2015-2019. La Paz. CEUB.
- Bolivia. Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana. (2010). Modelo Académico del Sistema de la Universidad Boliviana 2010. La Paz. CEUB.
- Bolivia. Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana. (2014). Reglamento General de Títulos y Grados del XII del Congreso Nacional de Universidades. La Paz. CEUB.
- Bolivia. Universidad Mayor de San Andrés. (2013). Informe de Autoevaluación de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social Tomo I. 1ed. La Paz. Carrera de Comunicación Social.
- Bolivia. Universidad Mayor de San Andrés (2013). Informe de Evaluación Externa para la Acreditación de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social (2013). La Paz. UMSA.
- Bolivia. Universidad Mayor de San Andrés. (2015). Plan Estratégico Institucional 2016-2018 con visión al 2030. 1ed. La Paz. UMSA.

- Bolivia. Universidad Mayor de San Andrés. (1998). Programa Académico de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. 1ed. La Paz. Edcon Editores.
- Bolivia. Universidad Mayor de San Andrés. (2012). Resolución del Honorable Consejo Universitario 251/2012. Aprobado el 4 de junio de 2012. La Paz. UMSA.
- Bolivia. Universidad Pedagógica “Enrique José Varona”. (2001). Material de apoyo al curso de posgrado: Diseño Curricular y Calidad Educativa. 1ed. Sucre. Facultad de Ciencias de la Educación.
- Canedo, A. (2010). La brújula del periodista. 1ed. La Paz. Grupo Design.
- Capriotti, P. (1999). Comunicación corporativa: Una estrategia de éxito a corto plazo. Argentina. Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo. (13). [En línea] <[http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion\\_Corporativa\\_1.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf)> [03.08.2016]
- Castillo, Y. (2014). La dialéctica. República Dominicana. [En línea] <<http://www.monografias.com/trabajos102/dialectica/dialectica2.shtml>> [23.08.2016]
- Cesarman, F. (1992). Comunicación y Sociedad. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. México.
- Cobo, S. (2012). Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital. Barcelona, Editorial UOC. [En línea] <<http://www.esdi.es/content/pdf/el-periodismo-digital.pdf>> [02.08.2016]
- Dulzaides Iglesias, M., Molina Gómez, A. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. Cuba. [En línea] <[http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12\\_2\\_04/aci11204.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_2_04/aci11204.htm)> [05.06.2016]
- Durán, M. (2011). Remembranzas de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Oruro. La Patria, Revista Dominical. Oruro. La Patria. 2-8
- España. Universidad Pontificia de Salamanca. Glosario de términos sobre inserción laboral. [En línea] <<http://cms.upsa.es/sites/default/files/Glosario.pdf>> [búsqueda: 08.05.2016]



- Estenoz Bayola, G., Sotolongo Pérez L., Marén Salazar C. (2008). La pedagogía como ciencia. [En línea] <<http://www.monografias.com/trabajos82/pedagogia-como-ciencia/pedagogia-como-ciencia2.shtml>> [29.05.2016]
- Gaitán Moya, J., Piñuel Raigada, J. Técnicas de investigación en Comunicación Social. 1ed. Madrid. Editorial Síntesis.
- Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación. 5ed. México, Grupo Infagon.
- Jemio, H. (2010). Articulación teórico-práctico y diseño de la malla curricular de la especialidad Comunicación Social del bachillerato técnico de la Unidad Educativa Don Bosco. Licenciatura en Comunicación Social. La Paz. UMSA.
- Luhmann, N. (2010). La realidad de los medios de masas. Antrophos y Universidad Iberoamericana. México.
- Malbrán, M., Villar, C. (2002). La evaluación del potencial de aprendizaje: un procedimiento. Orientación y sociedad, Revista versión on-line. Buenos Aires. [En línea] <[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-88932002000100009](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-88932002000100009)> [24.08.2016]
- Marín, A. (2012). Teorías de comunicación latinoamericanas. Venezuela. [En línea] <<http://teoriasdecomunicacionlatinoamericanas.blogspot.com/2012/07/luis-ramiro-beltran.html>> [03.08.2016]
- Quiroz Calle M. (2013). La investigación cualitativa, aplicación metodológica. 1ed. La Paz, Artes Gráficas Flores.
- Reguant Álvarez M., Torrado Fonseca M. (2016). El método Dephi. REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació. España.
- Ruiz, E. (s. a) El periodismo digital: la revolución de los contenidos. [En línea] <<http://www.esdi.es/content/pdf/el-periodismo-digital.pdf>> [02.08.2016]
- Ruiz R. (2006). Historia y evolución del pensamiento científico. México.

- Salaverría, R. (2001). Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. Estudios sobre el mensaje periodístico. España. Universidad Complutense. [En línea] <<http://www.esdi.es/content/pdf/el-periodismo-digital.pdf>> [02.08.2016]
- Torrico Villanueva, E. (2010). Luis Ramiro Beltrán: Por una “Comunicación de Liberación”. Bolivia. [En línea] <[http://www.saberesbolivianos.com/investigadores/Torrico/Luis\\_R\\_Beltran.pdf](http://www.saberesbolivianos.com/investigadores/Torrico/Luis_R_Beltran.pdf)> [03.08.2016]
- Torrico Villanueva, E. (1993). Periodismo Apuntes teórico-técnicos. 2ed. La Paz, Centro Vocacional de Aldeas Infantiles SOS.

## ANEXO 1

### Guía de entrevista semiestructurada a exrepresentantes de los gremios que aglutinan a periodistas y trabajadores de la prensa

**Nombre:** ..... **Sexo:** .....

**Cargo:** .....

#### I. La formación profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

- 1.1. ¿Cuáles son las debilidades y las fortalezas de la formación profesional de la carrera?
- 1.2. ¿Cómo evalúa el plan de estudios de la carrera? ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos del documento?
- 1.3. ¿Con el currículo vigente, qué tipo de profesionales está formando la carrera?

#### II. El ejercicio profesional

- 2.1. ¿Con la formación que imparte la carrera, qué fortalezas y debilidades identifica en el desempeño de los profesionales?
- 2.2. ¿Cuál es su evaluación del mercado laboral de los comunicadores?  
¿En qué campos se desempeñan?
- 2.3. ¿Ante las deficiencias en la formación que brinda la carrera, los empleadores del sector público y privado deben capacitar a los comunicadores para ejercer su profesión?

### **III. El mercado laboral y el encargo social**

- 3.1. ¿Qué tipo de perfil profesional requiere el comunicador social de la UMSA para responder a las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social?
- 3.2. ¿Cuáles son las tareas profesionales que debe cumplir el comunicador social de la UMSA, de acuerdo con la demanda de los requerimientos del campo laboral y el encargo social?
- 3.3. ¿Qué menciones deberían incluirse en el plan de estudios de la para que responda a las demandas del mercado de trabajo y el encargo social?
- 3.4. ¿Cómo evalúa el desempeño laboral de los comunicadores sociales de la UMSA en el sector público y privado? ¿Qué fortalezas y debilidades tienen?
- 3.5. ¿En qué campos podrían incursionar los comunicadores?

## ANEXO 2

### Guía de entrevista semiestructurada a ejecutivos y exejecutivos que dirigen medios de comunicación

**Nombre:** ..... **Sexo:** .....

**Cargo:** .....

#### I. La formación profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

- 1.1. ¿Cuáles son las debilidades y las fortalezas de la formación profesional de la carrera?
- 1.2. ¿Cómo evalúa el plan de estudios de la carrera? ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos del documento?
- 1.3. ¿Con el currículo vigente, qué tipo de profesionales está formando la carrera?

#### II. El ejercicio profesional

- 2.1. ¿Con la formación que imparte la carrera, qué fortalezas y debilidades identifica en el desempeño de los profesionales?
- 2.2. ¿Cuál es su evaluación del mercado laboral de los comunicadores?  
¿En qué campos se desempeñan?
- 2.3. ¿Ante las deficiencias en la formación que brinda la carrera, los empleadores del sector público y privado deben capacitar a los comunicadores para ejercer su profesión?

### **III. El mercado laboral y el encargo social**

- 3.1. ¿Qué tipo de perfil profesional requiere el comunicador social de la UMSA para responder a las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social?
- 3.2. ¿Cuáles son las tareas profesionales que debe cumplir el comunicador social de la UMSA, de acuerdo con la demanda de los requerimientos del campo laboral y el encargo social?
- 3.3. ¿Qué menciones deberían incluirse en el plan de estudios de la para que responda a las demandas del mercado de trabajo y el encargo social?
- 3.4. ¿Cómo evalúa el desempeño laboral de los comunicadores sociales de la UMSA en el sector público y privado? ¿Qué fortalezas y debilidades tienen?
- 3.5. ¿En qué campos podrían incursionar los comunicadores?

## ANEXO 3

### Guía de entrevista semiestructurada a exautoridades de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA

**Nombre:** ..... **Sexo:** .....

**Cargo:** .....

#### **I. La formación profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social**

- 1.1. ¿Cuáles son las debilidades y las fortalezas de la formación profesional de la carrera?
- 1.2. ¿Cómo evalúa el plan de estudios de la carrera? ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos del documento?
- 1.3. ¿Con el currículo vigente, qué tipo de profesionales está formando la carrera?

#### **II. El ejercicio profesional**

- 2.1. ¿Con la formación que imparte la carrera, qué fortalezas y debilidades identifica en el desempeño de los profesionales?
- 2.2. ¿Cuál es su evaluación del mercado laboral de los comunicadores?  
¿En qué campos se desempeñan?
- 2.3. ¿Ante las deficiencias en la formación que brinda la carrera, los empleadores del sector público y privado deben capacitar a los comunicadores para ejercer su profesión?

### **III. El mercado laboral y el encargo social**

- 3.1. ¿Qué tipo de perfil profesional requiere el comunicador social de la UMSA para responder a las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social?
- 3.2. ¿Cuáles son las tareas profesionales que debe cumplir el comunicador social de la UMSA, de acuerdo con la demanda de los requerimientos del campo laboral y el encargo social?
- 3.3. ¿Qué menciones deberían incluirse en el plan de estudios de la para que responda a las demandas del mercado de trabajo y el encargo social?
- 3.4. ¿Cómo evalúa el desempeño laboral de los comunicadores sociales de la UMSA en el sector público y privado? ¿Qué fortalezas y debilidades tienen?
- 3.5. ¿En qué campos podrían incursionar los comunicadores?



## ANEXO 4

### Guía de entrevista semiestructurada a exautoridades gubernamentales en el área de comunicación

**Nombre:** ..... **Sexo:** .....

**Cargo:** .....

#### I. La formación profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

- 1.1. ¿Cuáles son las debilidades y las fortalezas de la formación profesional de la carrera?
- 1.2. ¿Cómo evalúa el plan de estudios de la carrera? ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos del documento?
- 1.3. ¿Con el currículo vigente, qué tipo de profesionales está formando la carrera?

#### II. El ejercicio profesional

- 2.1. ¿Con la formación que imparte la carrera, qué fortalezas y debilidades identifica en el desempeño de los profesionales?
- 2.2. ¿Cuál es su evaluación del mercado laboral de los comunicadores?  
¿En qué campos se desempeñan?
- 2.3. ¿Ante las deficiencias en la formación que brinda la carrera, los empleadores del sector público y privado deben capacitar a los comunicadores para ejercer su profesión?

### **III. El mercado laboral y el encargo social**

- 3.1. ¿Qué tipo de perfil profesional requiere el comunicador social de la UMSA para responder a las necesidades actuales del mercado laboral y el encargo social?
- 3.2. ¿Cuáles son las tareas profesionales que debe cumplir el comunicador social de la UMSA, de acuerdo con la demanda de los requerimientos del campo laboral y el encargo social?
- 3.3. ¿Qué menciones deberían incluirse en el plan de estudios de la para que responda a las demandas del mercado de trabajo y el encargo social?
- 3.4. ¿Cómo evalúa el desempeño laboral de los comunicadores sociales de la UMSA en el área gubernamental? ¿Qué fortalezas y debilidades tienen?
- 3.5. ¿En qué campos podrían incursionar los comunicadores?

## ANEXO 5

### Guía de entrevista semiestructurada a exejecutivos del empresariado privado

**Nombre:** ..... **Sexo:** .....

**Cargo:** .....

#### **I. La formación profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social**

- 1.1. ¿Cuáles son las debilidades y las fortalezas de la formación profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA?
- 1.2. ¿Cuáles son las diferencias que hay con la formación que brindan las universidades privadas?
- 1.3. ¿Con el vigente currículo, qué tipo de profesionales está formando la carrera?

#### **II. El ejercicio profesional**

- 2.1. ¿El empresariado privado qué fortalezas y debilidades identifica del desempeño laboral de los comunicadores de la UMSA?
- 2.2. ¿Cuál es su evaluación del mercado laboral de los comunicadores sociales en el sector privado? ¿En qué campos se desempeñan?
- 2.3. ¿Ante las deficiencias en la formación que brinda la carrera, los empleadores del sector público y privado deben capacitar a los comunicadores para ejercer su profesión?

### **III. El mercado laboral y el encargo social**

- 3.1. ¿Cómo evalúa el trabajo de los profesionales de la UMSA en el área de la comunicación corporativa? ¿Cuáles son las fortalezas y las debilidades de su labor?
- 3.2. ¿Qué tipo de perfil profesional requiere el comunicador social de la UMSA para responder a las necesidades de las empresas privadas?
- 3.3. ¿Cuáles son las tareas profesionales que debe cumplir el comunicador social de la UMSA, de acuerdo con las necesidades del empresariado privado?
- 3.4. ¿Qué menciones deberían incluirse en el plan de estudios de la carrera para responder las demandas del mercado de trabajo y el encargo social?
- 3.5. ¿En qué campos podrían incursionar los comunicadores?

## ANEXO 6

### Guía de entrevista semiestructurada a un ejecutivo de una agencia de comunicación

**Nombre:** ..... **Sexo:** .....

**Cargo:** .....

#### I. La formación profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

- 1.1. ¿Cuáles son las debilidades y las fortalezas de la formación profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA?
- 1.2. ¿Cuáles son las diferencias que hay con la formación que brindan las universidades privadas?
- 1.3. ¿Con el vigente currículo, qué tipo de profesionales está formando la carrera?

#### II. Ejercicio profesional

- 2.1. ¿La agencia de comunicación qué fortalezas y debilidades identifica en el desempeño laboral de los comunicadores de la UMSA?
- 2.2. ¿Cuál es su evaluación del mercado laboral de los comunicadores sociales en el sector privado? ¿En qué campos se desempeñan?
- 2.3. ¿Ante las deficiencias en la formación que brinda la carrera, los empleadores del sector público y privado deben capacitar a los comunicadores para ejercer su profesión?

### **III. El mercado laboral y el encargo social**

- 3.1. ¿Cómo evalúa el trabajo de los profesionales de la UMSA en el área de la comunicación corporativa? ¿Cuáles son las fortalezas y las debilidades de su labor?
- 3.2. ¿Qué tipo de perfil profesional requiere el comunicador social de la UMSA para responder a las necesidades de las empresas privadas?
- 3.3. ¿Cuáles son las tareas profesionales que debe cumplir el comunicador social de la UMSA, de acuerdo con las necesidades del empresariado privado?
- 3.4. ¿Qué menciones deberían incluirse en el plan de estudios de la carrera para responder las demandas del mercado de trabajo y el encargo social?
- 3.5. ¿En qué campos podrían incursionar los comunicadores?

## ANEXO 7

### La escala Likert para estudiantes de quinto año de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social

Femenino:

Masculino:

1: Totalmente en desacuerdo

4: De acuerdo

2: En desacuerdo

5: Totalmente de acuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

N°	Ítem	1	2	3	4	5
1	La formación profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA ofrece los conocimientos y las habilidades para el ejercicio laboral.					
2	Entre las fortalezas de la formación de la carrera están: saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de comunicación y tener la vocación de investigación.					
3	Entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y la falta de prácticas preprofesionales en el proceso de formación.					
4	Los talleres verticales de radio, televisión, prensa y abierto (temas alternativos) integran las materias teóricas con las prácticas académicas.					

5	El currículo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, aprobado en 1997, no responde a la demanda del mercado laboral y el encargo social.					
6	La carrera necesita rediseñar su plan de estudios, de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social.					
7	Las menciones de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren todas las expectativas de los estudiantes.					
8	La carrera debería incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing.					



## ANEXO 8

### La escala Likert para egresados y titulados de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social

Femenino:

Masculino:

1: Totalmente en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: De acuerdo

5: Totalmente de acuerdo

N°	Ítem	1	2	3	4	5
1	La formación profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA ofrece los conocimientos y las habilidades para el ejercicio laboral.					
2	Entre las fortalezas de la formación de la carrera están: saber redactar, tener una formación y visión crítica, manejar las teorías de comunicación y tener la vocación de investigación.					
3	Entre las debilidades de la formación de la carrera están: la falta de correspondencia entre la teoría y la práctica, docentes sin experiencia laboral, la excesiva cantidad de estudiantes, la falta de vocación y la falta de prácticas preprofesionales en el proceso de formación.					

4	Entre las dificultades que tienen los comunicadores sociales en el ejercicio laboral están: la falta de herramientas para desenvolverse como periodistas, la falta de conocimiento para planificar la realización de proyectos, la falta de conocimiento de la producción audiovisual y la insuficiente formación en la comunicación corporativa.					
5	El currículo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, aprobado en 1997, no responde a la demanda del mercado laboral y el encargo social.					
6	La carrera necesita rediseñar su plan de estudios, de acuerdo con las necesidades del mercado laboral y el encargo social.					
7	Las menciones de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social como: Planificación de Políticas en Comunicación, Comunicación y Educación Alternativa y Popular, Producción Audiovisual y Periodismo cubren todas las expectativas de los estudiantes.					
8	La carrera debería incluir las menciones de Periodismo Digital, Comunicación y Marketing Político, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa y Publicidad y Marketing.					

## ANEXO 9

### CRITERIOS DE VALIDACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL RECONFIGURADO

- 1: Satisfactorio  
2: Bueno  
3: Regular

N°	Ítem	1	2	3
1	Inclusión de conocimientos en el perfil profesional reconfigurado para ampliar las capacidades cognitivas.			
2	Inclusión de habilidades y destrezas en el perfil profesional reconfigurado para su mejor desempeño en el campo laboral.			
3	Inclusión de valores en el perfil profesional reconfigurado para garantizar la ética y responsabilidad de los comunicadores sociales.			
4	Amplitud de formación del comunicador social en los ámbitos de Periodismo Multimedia, Comunicación Corporativa, Asesoramiento en Comunicación, Producción Audiovisual y Comunicación para el Desarrollo Social.			
5	Relación del perfil profesional reconfigurado con las demandas de mercado laboral y el encargo social.			
6	Correspondencia del perfil profesional con la responsabilidad social universitaria.			

**Conclusión respecto al perfil profesional reconfigurado del Comunicador Social de la UMSA:**

---

---

---

---

---

---

**Recomendación:**

---

---

---

---

---

---

---