

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL LA UCAB, UNA REFERENCIA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

RESUMEN

La Maestría en Comunicación Social, opción Comunicación para el Desarrollo Social de la Universidad Católica Andrés Bello, representa un espacio interdisciplinario de formación y de renovada vigencia académica, donde éstos y otros temas confluyen en el estudio sistemático de la Comunicación Social, para propiciar en las y los estudiantes el desarrollo de competencias que les permitan elevar su calificación laboral, a la vez que incrementar su capacidad interpretativa de los procesos sociopolíticos y culturales de la formación social venezolana y global, y el rol que la comunicación juega en ellos.

El desarrollo del programa de Comunicación para el Desarrollo Social se fundamenta en tres ejes prioritarios: De la sociedad de masas a la sociedad del conocimiento, las transformaciones en los modelos de desarrollo y el Perfil profesional del comunicador para el desarrollo.

Summary

The Master of Social Communication, option Communication for Social Development of the Catholic University Andres Bello, represents an space interdisciplinary training and academic renewed force, where these and other issues converge in the systematic study of Social Communication, to increase in students develop skills that enable fortify their job skills, while increasing its explanatory power of socio-political and cultural processes of Venezuelan and global social formation, and the role that communication plays in them.

The Program for Communication for Social Development is based on three priorities: From mass society to the knowledge society; The changes in development patterns; and the Profile professional communicator for development.

INTRODUCCIÓN

La Maestría en Comunicación Social, opción Comunicación para el Desarrollo Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), se inscribe dentro de la trama de saberes que el Postgrado en Comunicación Social viene desarrollando desde la formalización de sus líneas de investigación. Las cuales se caracterizan por integrar siete ejes temáticos principales, que van desde economía de la cultura y comunicación; comunicación, política, ciudadanía y democracia; estudios sociales y culturales de la comunicación; comunicación, organización e institucionalización; la comunicación y educación; la epistemología y metodología de la investigación en la comunicación hasta los enfoques humanísticos de la comunicación.

Además, el programa se inspira en los lineamientos del Reglamento General de Estudios de Postgrado de la UCAB. Al responder a la misión, visión y valores institucionales de este centro de educación superior, que por su concepción como estudio de cuarto nivel, se orienta principalmente a la formación de profesionales de alto nivel en el área de la comunicación, con un enfoque especializado e interdisciplinario, que además, permite atender las oportunidades para la ampliación de conocimientos.

Desde una visión institucional, la Maestría en Comunicación Social, opción Comunicación para el Desarrollo Social contempla la búsqueda de espacios y alianzas que sean fructíferas para la Universidad, con miras a alinearse en el proceso de internacionalización en el que se enfoca esta casa de estudios. Por otra parte, incentiva la posibilidad de reconocimiento de estudios para la prosecución de los estudios de cuarto nivel de sus participantes, en el área de Comunicación Social.

En este sentido, el programa cumple con los criterios fundamentales que establece la UCAB para el diseño y desarrollo de este tipo de oferta académica: por su Pertinencia, resulta adecuado para las necesidades de la sociedad, los principios éticos, la calidad profesional y los valores institucionales; posee Coherencia, interconecta por una parte sus objetivos, con la justificación y las necesidades de formación y por otra, entre el perfil del egresado, el plan de estudio y las asignaturas; es Eficaz, está enfocado a formar profesionales de la comunicación para que desempeñen en el marco de la sociedad del conocimiento con enfoque en el desarrollo social, y se considera Eficiente, ya que

optimiza el uso de los recursos que requiere el estudiante y también en beneficio para la Universidad.

De esta forma, el programa de Maestría en Comunicación Social, opción Comunicación para el Desarrollo Social se inspira en el artículo 6 de su Estatuto Orgánico de la UCAB, cuya misión es:

- Contribuir a la formación integral de la juventud universitaria, en su aspecto personal y comunitario, dentro de la concepción cristiana de la vida;
- Esforzarse por acelerar el proceso de desarrollo nacional, creando conciencia de su problemática y promoviendo la voluntad de desarrollo. Por lo mismo, concede especial importancia a la promoción de los recursos humanos y particularmente de la juventud, a fin de lograr la promoción de todo el hombre y de todos los hombres.
- Trabajar por la integración de América Latina y por salvaguardar y enriquecer su patrimonio histórico-cultural; por la mutua comprensión y acercamiento de los pueblos del continente; por la implantación de la justicia social; por la superación de los prejuicios y contrastes que dividen y separan a las naciones, y por el establecimiento de la paz, fundada en hondo humanismo ecuménico;
- Irradiar su acción, especialmente a los sectores más marginados de la comunidad nacional y
- Promover el diálogo de las ciencias entre sí y de éstas con la Filosofía y la Teología, a fin de lograr un saber superior, universal y comprensivo, que llene de sentido el quehacer universitario.

CONTEXTO

En los últimos 50 años, los estudios de comunicación social en Venezuela se han venido transformando en la ruta hacia su consolidación, la cual es evidenciable tanto en la diversificación y ampliación de una oferta académica consistente con la demanda, como en la producción de conocimiento pertinente generado en el ámbito académico correspondiente a dichos estudios. Así pues, se puede señalar, como datos relevantes:

- I. La matrícula de pregrado en Comunicación Social en el país es de aproximadamente 46 mil estudiantes repartidos en 25 escuelas. El conjunto representa 5.3% del total de la matrícula universitaria nacional. La matrícula de postgrado en Comunicación Social representa cerca de 1.1% del total (Canelón y Delgado Flores, 2010) Adicionalmente, se señala que en contexto regional, funcionan 1.026 unidades académicas o centros universitarios, referidos a las diversas vertientes comunicacionales (Aguirre y Bisbal, 2009: 65). También, en Venezuela se ha presentado un crecimiento importante de escuelas, institutos y academias, que ofrecen carreras de periodismo, comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas, y otros programas afines. Desde 1998 cuando apenas había seis escuelas superiores de comunicación se ha incrementado a diecisiete, sin sumar los campus y sin considerar los institutos universitarios y academias.
- II. El incremento de la matrícula nacional, tanto de pregrado como de postgrado, ha demandado la actualización curricular periódica, en la cual se ha requerido “mantener el valor agregado de una carrera sólidamente establecida y con progresividad en el cuarto nivel”, antes que la profusión de saberes dispersos, en virtud de que: “la importancia creciente de las destrezas comunicativas en la sociedad de la información y de la comunicación abre unas posibilidades enormes al cuarto nivel, sobre todo para los profesionales de otras carreras, que requieren un entrenamiento ad hoc en un breve tiempo” (Aguirre, cp VVAA, 2010: 45).
- III. Aunado a esto, se indica que en el mismo lapso de tiempo, la investigación en comunicación social se ha formalizado desde la descripción de las prácticas

profesionales hacia la investigación epistemológica de fenómenos complejos de comunicación social, desde diversos paradigmas y enfoques teórico-metodológicos. Dan cuenta de ello los acervos documentales de la Red de Estudios Nacionales de Comunicación (RECOM), que compilan la producción de las revistas académicas: Comunicación: estudios venezolanos de comunicación, de la Fundación Centro Gumilla (1974- actual), y Temas de Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (1993, actual). Igualmente, el estado del arte de la producción bibliográfica nacional sobre comunicación social 1994- 2007, acopiado por Aguirre (2008), reporta la publicación de 114 títulos, un promedio de 8 por año, concentradas en estas categorías temáticas: historia y crónica de los medios (20), manuales profesionales (16), análisis de contenido (13), teorías (12) economía de la comunicación (8) (Aguirre y Bisbal, 2008).

JUSTIFICACIÓN

El diseño curricular de este programa permite formar profesionales integrales, tanto en sus competencias cognitivas como en sus competencias actitudinales. La malla curricular está orientada en la producción de mensajes empleando medios diversos, para la planificación de la comunicación interpersonal como base de los procesos de creación de inteligencia colectiva. Abarca, además, abordajes de diferentes ámbitos sociales bajo la promoción del desarrollo. Se fortalece, además, la sistematización del saber generado tanto para el uso de las comunidades.

Las oportunidades de formación de este programa están cimentadas en los lineamientos de la sociedad del conocimiento que promueve la UNESCO, desde la perspectiva del desarrollo social. En su Informe Hacia las Sociedades del Conocimiento de la UNESCO (2005) se lee:

Un elemento central de las Sociedades del Conocimiento es la capacidad para identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano. Estas sociedades se basan en una visión de la sociedad que propicia la autonomía y engloba las nociones de pluralidad, integración, solidaridad y participación". (...) La sociedad mundial de la información sólo cobra sentido si propicia el desarrollo de Sociedades del Conocimiento y se asigna como finalidad ir hacia un desarrollo del ser humano basado en los derechos de éste (...) La UNESCO estima que la edificación de las Sociedades del Conocimiento es la que abre camino a la humanización del proceso de mundialización (2005: 29)

La Maestría en Comunicación Social, opción: Comunicación para el Desarrollo Social está concebida para dar ingreso a licenciados en Comunicación Social, sin menoscabo de aquellos interesados provenientes de otras áreas de conocimiento que requieran formación en los procesos de producción, investigación, gestión y evaluación de proyectos de comunicación para el desarrollo social; que se desempeñen o puedan hacerlo, en agencias de cooperación para el desarrollo nacionales, multilaterales, privadas o del tercer sector; divisiones de Responsabilidad Social Empresarial; docencia; investigación académica; diseño de políticas públicas; consultoría en planificación de

comunicaciones para el desarrollo social en organizaciones nacionales, internacionales, multilaterales y del tercer sector.

Por tanto, se estima que esta Maestría, adicionalmente a los comunicadores sociales, pudiera ser del interés de: Licenciados en carreras del área de ciencias sociales, Licenciados en carreras del área de ciencias administrativas y de gestión, Licenciados en carreras del área de humanidades y educación, Abogados, Internacionalistas, Politólogos, Ingenieros y Médicos.

Se espera que el egresado, una vez cursada la Maestría en Comunicación Social, opción: Comunicación para el Desarrollo Social, esté en capacidad de desarrollar las siguientes actividades:

- Elaboración de productos/mensajes comunicacionales adecuados a procesos de desarrollo social.
- Planificación de procesos de comunicación social enfocados en el desarrollo social.
- Planificación de procesos de comunicación interpersonal enfocados en el desarrollo social.
- Formulación, planificación, gestión y evaluación de proyectos comunicacionales enfocados en el desarrollo social.
- Investigar mediante el empleo de paradigmas, enfoques y metodologías diversas, procesos comunicacionales efectuados en los diferentes entornos del desarrollo social.
- Desarrollar procesos de consultoría en materia de comunicación para el desarrollo social.

ORIENTACIÓN CONCEPTUAL DEL PROGRAMA

En el inicio del siglo XXI parece haber dos paradigmas para concebir la sociedad: uno, de masas, otro, de redes. Ambos lucen como sucesivos en una perspectiva cronológica, sin embargo, si la sociedad de red se manifiesta mediante la construcción intersubjetiva de las significaciones, y la sociedad de masas por la producción y distribución de sentido dentro de las lógicas del capital, pareciera que la sociedad siempre fue en red, aun cuando durante mucho tiempo se le mirara como sociedad de masas, particularmente en la materia que nos ocupa: la comunicación humana y social.

¿Se puede elegir entre uno y otro? ¿El paradigma de la sociedad red sustituye eficazmente al de la sociedad de masas a los efectos de la investigación en ciencias sociales? Quizás sea así, si miramos esta parte del paisaje de cambios desde la perspectiva planteada por Kuhn en *La estructura de las revoluciones científicas* (1964) de que hay superación histórica de los paradigmas por sustitución de unos por otros. Por otro lado, si la sociedad red se subsume en la sociedad de masas porque se comprende que tanto una como la otra distribuyen bienes –materiales o simbólicos- y en el intercambio hay una plusvalía consagrada por la propiedad del modo de producción, no parece haber allí superación posible, porque una y otra son formas de ver la estructura social dentro del capitalismo.

El problema con las soluciones monistas, es que en determinado momento, la operación interpretativa que procura la comprensión de los fenómenos reales es limitada porque la aspiración a la explicación deja fuera interpretaciones divergentes. La fórmula deviene en dogma.

En la sociedad de masas, el sujeto se desvanece, confundido entre producciones y productos. La larga denuncia crítica por la cosificación (la alienación, la plusvalía ideológica, la enajenación de las identidades) devino, por una parte, en la tesis de la máquina concreta y sus dispositivos de agenciación maquínica (Deleuze-Guattari, 2000) y por otra en biopolítica (Foucault, 2007).

Sin embargo, en el contexto de la sociedad red esta postura se ve relativizada, se apuesta en torno a la posibilidad positiva de la existencia del sujeto, se insiste en su

capacidad de crear “espacios de resistencia” cotidianos (Michel de Certeau, 1999) y en que su humanización es una tensión, un devenir. (Duch, 2006)

La sociedad red se plantea como una sociedad dialógica, próxima en su definición a la comunidad ideal de habla habermasiana. Es una sociedad que se auto organiza y se reorganiza empleando como medio el tecnológico.

Cuando cambiamos la concepción, de masas a red, el sujeto humano nos luce inmerso en la dinámica de su autodeterminación, de la adquisición de autonomía creciente basada en la capacidad de producir y distribuir conocimiento. Autonomía que, como sabemos, está inscrita dentro del sistema de saberes y disciplinas que la modernidad ha estructurado como la administración de los discursos en el contexto de la biopolítica. La capacidad de significación sobre la cual se constituye la autonomía debe ser entendida como capacidad de procesamiento de información, pero principalmente como capacidad de producción de conocimiento.

En este punto es posible entender que la sociedad red, la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento son enfoques coincidentes para describir un cambio importante en el panorama cultural contemporáneo global, que es necesario valorar no sólo dentro de las tensiones posibles de una realidad contingente, sino también en el ámbito de la comprensión con intención científica, abierto desde la dinámica de las interpretaciones posibles (Ricoeur, 2003)

Se habla de Sociedad del Conocimiento desde que en 1969, Peter Drucker en La edad de la discontinuidad se refiriera a la observación de Machlup, ya referida, del predominio creciente de las industrias de la información por encima de las empresas del sector terciario.

Sin embargo, no será sino en 1993, en su libro La sociedad postcapitalista, donde identificaría al conocimiento como generador de riqueza en las organizaciones y en la sociedad, antes que al trabajo como proceso de transformación de la materia en mercancía (proceso industrial), para lo cual habría de requerirse en las organizaciones la voluntad de sistematizar y organizar la producción de conocimiento.

Decimos, entonces, que hay cambio de paradigma en el modo de comprender la sociedad, y por ende, hay también cambio en los modelos de desarrollo pensados para esta nueva sociedad. Atrás queda en el tiempo y en las agendas multilaterales la noción de desarrollo sólo como crecimiento económico y redistribución equitativa.

Surge el Desarrollo Humano como “un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de los individuos, las más importantes de las cuales son una vida prolongada y saludable, acceso a la educación y el disfrute de un nivel de vida decente.

Otras oportunidades incluyen la libertad política, la garantía de los derechos humanos y el respeto a sí mismo”. (PNUD, 1990:33); la dinámica Empoderamiento-capital social como un tema de formulación de políticas públicas para desarrollar “la capacidad de las comunidades para hacer elecciones efectivas, es decir, para elegir y transformar aquellas elecciones en acciones y resultados deseados”, (Alsop et alia, 2006) generada a partir de la inversión en el desarrollo de variables culturales como “las normas o valores compartidos que promueven la cooperación social.” (Fukuyama, 2003) El Desarrollo Sustentable, como aquel “que satisfaga las necesidades presentes, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Bruntland, 1996:18, cp Gabaldón, 2006); los procesos de Responsabilidad Social Empresarial que conducen a la creación de Ciudadanía Corporativa¹ y más contemporáneamente el desarrollo de Sociedades del Conocimiento a partir de las reducción de la brecha digital, que puede ser

¹ El concepto moderno de *Responsabilidad Social Empresarial* se enmarca además dentro de un proceso de toma de conciencia de las distancias entre la acción social del Estado y la de las empresas, para eliminarlas, debido a la evidente insuficiencia del primero para resolver los problemas sociales de la actualidad. Esto incluye una nueva conciencia empresarial de ir más allá del cumplimiento de sus deberes laborales para incorporar mejoras en los beneficios sociales de los trabajadores, involucrándose también en un compromiso ético con una multiplicidad de actores participantes, para contribuir en la solución de diversos problemas sociales, tanto en el ámbito interno de la empresa como en el de su entorno comunitario y social. Como resultado de todo el proceso, de alguna u otra forma, se legitima la acción empresarial. (Vargas, 2005: 9-10) Por otra parte la *Ciudadanía Corporativa* “es la contribución que hace una compañía a la sociedad a través de sus principales actividades, inversiones sociales, programas benéficos, y su compromiso con la política pública. La manera en que una empresa gestiona sus relaciones económicas, sociales y medioambientales, y la forma en que se compromete con sus grupos de interés (accionistas, empleados, clientes, proveedores, gobiernos y comunidad), influye en el éxito de la empresa a largo plazo.” Tomado del World Economic FORUM (WEF). Disponible en <http://www.weforum.org/site/homepublic.nsf/Content/Global+Corporate+Citizenship+Initiative>. Fecha de recuperación, abril de 2011

definida en términos de “desigualdad de posibilidades que existen para acceder a la información, al conocimiento y la educación mediante las TIC.

La brecha digital no se relaciona con aspectos exclusivamente de carácter tecnológico, es un reflejo de una combinación de factores socioeconómicos y en particular, de limitaciones y falta de infraestructura de telecomunicaciones e informática”. (Serrano y Martínez, 2003:8).

La confluencia de estos nuevos modelos de desarrollo, con el cambio del tipo de sociedad, trae consigo transformaciones en el perfil del profesional que produce o planifica comunicadores dentro de las lógicas propuestas.

Ya no se trata sólo de profesionalizar una actitud militante para con los sujetos del desarrollo social, sino de poder comprender, desde diversas perspectivas, las implicaciones que estos tres conceptos –comunicación, desarrollo, sociedad- tienen en las diferentes escalas en que pueden formularse; para poder actuar de manera efectiva, en los diferentes contextos de formulación de los proyectos comunicacionales, sea que se formen en el nivel local, nacional o global, en el entorno configurado por los medios de comunicación de masas y su implicación en la formación de encuadramientos sociales o en el entorno digital en cuanto que espacio antropológico de conocimiento (Levy, 2004).

En este sentido, el presente programa de Maestría en Comunicación Social, opción Comunicación para el Desarrollo Social de la Universidad Católica Andrés Bello, pretende formar profesionales con capacidad para interpretar los procesos que determinan la realidad actual, amén del rol que la comunicación juega en ellos, para lo cual orienta la formación de sus estudiantes en procesos de producción, investigación, gestión y evaluación de proyectos de comunicación para el desarrollo social. De esta forma promueve la docencia, la investigación académica y el diseño de políticas públicas en el área de comunicación para el desarrollo social en procura de generar en los estudiantes capacidades para la consultoría y planificación de comunicaciones para el desarrollo social.

CONCLUSIONES

El programa de Maestría en Comunicación Social, opción Comunicación para el Desarrollo Social de la Universidad Católica Andrés Bello, posee como principal objetivo el formar profesionales con capacidad para interpretar los procesos que determinan la realidad actual, amén del rol que la comunicación juega en ellos. Por consiguiente, en razón al cabal cumplimiento de sus objetivos, facilita un abanico de posibilidades para el desempeño de los profesionales con estudios de cuarto nivel en comunicación para el desarrollo, en las que destacan las agencias de cooperación para el desarrollo nacionales, organismo multilaterales, empresas privadas o del tercer sector; las divisiones de Responsabilidad Social Empresarial; las instituciones académicas; los centros de investigación académica; las oficinas de diseño de políticas públicas, y las unidades de consultoría en planificación de comunicaciones para el desarrollo social.

De esta forma, el programa de Maestría en Comunicación Social, opción Comunicación para el Desarrollo Social de la UCAB, representa un espacio interdisciplinario de formación y de renovada vigencia académica, a favor de la formación de profesionales integrales, tanto en sus competencias cognitivas como en sus competencias actitudinales, que comprenden:

- Propiciar un espacio de encuentro entre los distintos saberes y destrezas que se constituyen en los estudios de comunicación social.
- Diseñar proyectos comunicacionales y de cultura que sirvan de orientación y participación en los distintos lenguajes que ofrecen los medios, así como la promoción del uso de los mismos medios en los ámbitos diferenciados del desarrollo.
- Formar profesionales de cuarto nivel capaces de asumir la gestión, el desenvolvimiento y el liderazgo aplicados hacia el desarrollo y mejoramiento de las organizaciones que tengan que ver con el uso de los medios.

- Desarrollar y profundizar, desde una perspectiva comunicacional y cultural, el estudio de los medios y los procesos comunicacionales-culturales con el sentido de responder a las solicitudes que la sociedad se hace en el presente.
- Promover la adquisición de destrezas gerenciales para ser aplicadas en la formulación y toma de decisiones dentro de los distintos ámbitos diferenciados de la comunicación y sus usos.
- Adquirir una sólida formación que le permita al egresado el estudio sistemático de la comunicación y la cultura en las organizaciones con el fin de mejorar los ambientes comunicativos tanto fuera como dentro de las instituciones.
- Dar cuenta de la multidimensionalidad de los procesos de comunicación y cultura.
- Contribuir al mejoramiento de los distintos profesionales, tanto del campo de las ciencias sociales como de otras esferas del conocimiento, en la intervención social ligada a los procesos de comunicación masiva y cultural.
- Y conformar profesionales de cuarto nivel capaces de asumir una reflexión e investigación que den cuenta del espesor comunicacional que está presente en el “aquí y el ahora”.

FICHA INSTITUCIONAL

1	Nombre del posgrado	Maestría en Comunicación Social, opción: Comunicación para el Desarrollo Social
2	Universidad, Facultad, Departamento o Escuela que ofrece este programa académico	Universidad Católica Andrés Bello Dirección de Estudios de Postgrado Área Humanidades y Educación Postgrado en Comunicación Social
3	País	Caracas, Venezuela
4	Objetivo general del programa	Formar profesionales con capacidad para interpretar los procesos que determinan la realidad actual, amén del rol que la comunicación juega en ellos.
5	Perfil del egresado	Se espera que el egresado, una vez cursada la Maestría en Comunicación Social, opción: Comunicación para el Desarrollo Social, esté en capacidad de desarrollar las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de productos/mensajes comunicacionales adecuados a procesos de desarrollo social • Planificación de procesos de comunicación social enfocados en el desarrollo social • Planificación de procesos de comunicación interpersonal enfocados en el desarrollo social • Formulación, planificación, gestión y evaluación de proyectos comunicacionales enfocados en el desarrollo social • Investigar mediante el empleo de paradigmas, enfoques y metodologías diversas, procesos comunicacionales efectuados en los diferentes entornos del desarrollo social • Desarrollar procesos de consultoría en materia de comunicación para el desarrollo social
6	Líneas de investigación y/o gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Economía de la cultura y comunicación • Comunicación, política, ciudadanía y democracia • Estudios sociales y culturales de la comunicación • Comunicación, organización e institucionalización • Comunicación y educación • Epistemología y metodología de la investigación en la comunicación • Enfoques humanísticos de la comunicación
7	Áreas de conocimiento/ Ejes de trabajo/ Problemas a desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar la formación en procesos de producción, investigación, gestión y evaluación de proyectos de comunicación para el desarrollo social • Promover la docencia; investigación académica; diseño de políticas públicas en el área de comunicación para el desarrollo social • Generar capacidades para la consultoría y planificación de comunicaciones para el desarrollo social.
8	Número de créditos	43 créditos