PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

(PEP)

COMUNICACIÓN SOCIAL- MEDELLÍN

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ

2015

Proyecto Educativo del Programa de Comunicación Social
Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño
© Fundación Universitaria Luis Amigó
Transversal 51A 67B-90
Medellín, Antioquia. Colombia
Tel.: 448 76 66. Ext.: 9711
http://www.funlam.edu.co

http://www.funlam.edu.co/modules/facultadcomunicacion/
Micrositio de la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño

COMITÉ RECTORAL

PADRE JOSÉ WÍLMAR SÁNCHEZ DUQUE
Rector General

PADRE CARLOS ENRIQUE CARDONA QUICENO
Vicerrector Académico

NAIRA GIRLEZA SÁNCHEZ HENAO
Vicerrectora Administrativa y Financiera

ISABEL CRISTINA PUERTA LOPERA
Vicerrectora de Investigaciones

GUSTAVO RÍOS FERNÁNDEZ
Director de Planeación

ARCANGELINA CORREA ISAZA
Directora de Extensión y Servicios a la Comunidad

FRANCISCO JAVIER ACOSTA GÓMEZ
Secretario General

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANCÍZAR VARGAS LEÓN
Decano Facultad de Comunicación Social Publicidad y Diseño

MARIA ROSALBA PAREJA DE MONTOYA
Directora del Programa de Comunicación Social

NÉLIDA MARÍA MONTOYA RAMÍREZ
Redacción y organización de este documento

Versión electrónica hecha en Medellín-Colombia
Agosto de 2015

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

1. PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA 9

1.1 DENOMINACIÓN ACADÉMICA 9

1.2 TÍTULO QUE OTORGA 9

1.3 METODOLOGÍA 9

1.4 NÚMERO DE CRÉDITOS 9

2. HISTORIA Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL PROGRAMA 9

2.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL PROGRAMA 9

2.2 MISIÓN 12

2.3 VISIÓN 12

2.4 PRINCIPIOS 12

2.5 OBJETIVOS 14

2.5.1. Objetivos Específicos 15

2.6 POLÍTICA DE CALIDAD 16

3. REFERENTE DE LEGALIDAD DEL PROGRAMA 18

3.1 DOCUMENTOS JURÍDICOS INTERNOS QUE LE DAN SUSTENTO AL PROGRAMA 18

3.2 DOCUMENTOS JURÍDICOS EXTERNOS QUE LE DAN SUSTENTO AL PROGRAMA 18

4. JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA DEL PROGRAMA 20

4.1 CONTEXTO LOCAL 23

4.2 CONTEXTO REGIONAL 30

4.3 CONTEXTO NACIONAL 40

4.4 CONTEXTO INTERNACIONAL 41

5. GESTIÓN DEL CURRÍCULO 56

5.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (MONTOYA RAMÍREZ, 2014) 56

5.1.1 Fundamentación teórica de la comunicación social 57

5.1.2 Fundamentación teórica de la Comunicación-Educación 69

5.2 PROPÓSITOS DE FORMACIÓN Y COMPETENCIAS PROFESIONALES Y OCUPACIONALES 79

5.2.1. Propósito general de formación 79

5.2.2. Competencias 82

5.2.2.1 Competencias genéricas 82

5.2.2.2 Competencias 84

5.3 CRITERIOS DE ESTRUCTURACIÓN CURRICULAR 88

5.4 PLAN DE ESTUDIOS POR ÁREAS DE CONOCIMIENTO Y COMPONENTES DEL PROGRAMA 96

5.5 ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS 98

5.5.1 Generalidades Estructura y Organización de los Contenidos 98

5.5.1.1 Área de Formación básica 102

5.5.1.1.1 Componente de Fundamentación Conceptual e Investigativa: Comunicación–educación 102

5.5.1.1.2 Área de Formación Sociohumanista 104

5.5.1.3 Área de Formación Profesional 106

5.6 LINEAMIENTOS PEDAGÓGICOS 112

5.7 MEDIOS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROCESOS ACADÉMICOS DEL PROGRAMA 115

5.8 LINEAMIENTOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES 116

6. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE DOCENCIA 120

6.1 MÉTODOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE 120

6.2 ESTRATEGIAS Y MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO POR PARTE DEL DOCENTE AL TRABAJO QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES 121

6.3 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y COMUNICATIVAS 121

6.4 INTEGRACIÓN DE LAS TRES FUNCIONES SUSTANTIVAS – DOCENCIA, INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL 122

6.5 ESTRATEGIAS Y MECANISMOS PARA LA PERMANENCIA Y RETENCIÓN DE ESTUDIANTES 126

6.6 ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR EL ÉXITO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES 127

6.7 MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO ESPECIAL A ESTUDIANTES 133

6.8 Producción y evaluación de material de apoyo, para el desarrollo de la docencia 134

7. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA 135

7.1 ESTRATEGIAS, ORIENTADAS A PROMOVER LA CAPACIDAD DE INDAGACIÓN Y BÚSQUEDA, Y LA FORMACIÓN DE UN ESPÍRITU INVESTIGATIVO, CREATIVO E INNOVADOR EN LOS ESTUDIANTES 135

7.2 MECANISMOS UTILIZADOS POR PARTE DE LOS DOCENTES PARA INCENTIVAR EN LOS ESTUDIANTES LA GENERACIÓN DE IDEAS Y PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN Y LA IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL, SUSCEPTIBLES DE RESOLVER MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACIÓN 140

7.3 ÁREAS, GRUPOS, LÍNEAS Y SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN 141

7.4 ESCENARIOS ACADÉMICOS Y SU VINCULACIÓN CON EL SECTOR PRODUCTIVO 147

7.5 CONVENIOS DEL PROGRAMA PARA DESARROLLAR PROYECTOS UNIVERSIDAD- EMPRESA – ESTADO 149

7.6 MECANISMOS QUE ESTIMULAN LOS PROCESOS DE CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL, EN CORRESPONDENCIA CON LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES 150

8. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL 151

8.1 CRITERIOS Y POLÍTICAS EN MATERIA DE EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL 151

8.2 ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL A LA COMUNIDAD . 151

9. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE BIENESTAR UNIVERSITARIO EN EL PROGRAMA 155

9.1 ESTRATEGIAS ORIENTADAS AL USO DE LOS PROGRAMAS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES DE BIENESTAR UNIVERSITARIO, DIRIGIDOS A LOS DOCENTES, ESTUDIANTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO 155

9.2. MECANISMOS DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DEL PERSONAL AL SERVICIO DEL PROGRAMA 155

9.3 ESTRATEGIAS DEL PROGRAMA PARA LA ATENCIÓN A LAS POBLACIONES DIVERSAS, EN CORRESPONDENCIA CON LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES.. 156

10. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN..... 158

10.1 ESTUDIOS COMPARATIVOS CON OTROS PROGRAMAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE LA MISMA NATURALEZA, EN RELACIÓN CON LOS PLANES DE ESTUDIO E INDICADORES DE CALIDAD RECONOCIDOS POR LA COMUNIDAD ACADÉMICA 158

10.2 INTERACCIÓN CON COMUNIDADES NACIONALES E INTERNACIONALES . 160

11. LINEAMIENTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROGRAMA 162

11.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y DE GESTIÓN 162

11.1.1 Estructura Administrativa y Académica de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad 162

11.1.2. Estructura Administrativa y Académica del Programa Comunicación Social de Medellín 164

11.2 ARTICULACIÓN DEL PROGRAMA CON EL PLAN DE DESARROLLO 2012-2022 Y EL PLAN DE ACCIÓN 2013-2016 165

11.3 PLAN OPERATIVO DEL PROGRAMA 166

12. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL PROGRAMA 167

12.1 CRITERIOS Y ORIENTACIONES PARA ADELANTAR LOS PROCESOS DE AUTOEVALUACIÓN Y AUTORREGULACIÓN DEL PROGRAMA 167

12.2 ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y MEJORAMIENTO CONTINUO DE LOS PROCESOS, LOGROS DEL PROGRAMA, Y GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN DE LOS PROCESOS 169

13. FUENTES DOCUMENTALES 170

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Total de matriculados en el segundo semestre del 2013 22
Tabla 2. Matriculados en Antioquia en educación superior en Comunicación, Periodismo y Afines con metodología presencial 2011 II- 2013 II (Los semestres con * corresponden a Información preliminar) 25
Tabla 3. Matriculados en Antioquia y en departamentos limítrofes en educación superior en Comunicación, Periodismo y Afines con metodología presencial 2011 I- 2013 II (Los semestres con * corresponden a Información preliminar) 31
Tabla 4. Descripción de planes de estudios en programas del país con mayor matricula plena, universitarios, en Comunicación, Periodismo y Afines y con metodología presencial durante el 2013 II (Los semestres con * corresponden a Información preliminar) 36
Tabla 5. Competencias específicas en articulación con Área de formación Profesional .. 84
Tabla 6. Lineamientos de estructura y diseño curricular de la Funlam..... 94
Tabla 7. Cursos y créditos del Componente de Fundamentación Conceptual e investigativa: Comunicación–Educación 103
Tabla 8. Cursos y créditos del Área de Formación Sociohumanista 104
Tabla 9. Cursos y créditos del Componente Inglés..... 105
Tabla 10. Cursos y créditos del Componente Investigativo..... 106
Tabla 11. Cursos y créditos del Componente de Periodismo..... 106
Tabla 12. Cursos y créditos del Componente de Comunicación..... 107
Tabla 13. Cursos y créditos del Componente de Expresión..... 107
Tabla 14. Cursos y créditos del Componente Audiovisual 107
Tabla 15. Cursos y créditos del Componente Multimedia 107
Tabla 16. Electivas que podrán ofertarse en el Programa de Comunicación Social. Fuente. Informe de autoevaluación del Programa de Comunicación Social Medellín–Septiembre de 2011 109
Tabla 17. Escala de promoción y certificación..... 118
Tabla 18. Cursos y créditos del Componente Investigativo..... 135
Tabla 19. Descripción desde competencias y productos de la Fase II de la formación. 136
investigativa propias del Programa 136
Tabla 20. Organización del plan de relación con el sector externo 152
Tabla 21. Oferta de Programas del área afín a nivel internacional..... 158
Tabla 22. Normatividad y directrices para adelantar procesos de autoevaluación en la Funlam 168

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Articulación de los “Planes de Mantenimiento, Mejoramiento y Capacidad Innovadora”, con los lineamientos de Planificación Estratégica de la Funlam 17
Gráfico 2. Oferta de capital humano para los sectores locomotora en Antioquia..... 29
Gráfico 3. Top 10 de la oferta de capital humano de los programas académicos articulados a la locomotora: otros sectores 29
Gráfico 4.Tipología de los estudiantes nuevos que accedieron a la educación superior en Colombia en el 2014 40
Gráfico 5. Top 10 de oferta de capital humano de los programas académicos articulados a la locomotora: otros sectores – Ámbito nacional 41
Gráfico 6. Tasa promedio de crecimiento de la matrícula en educación superior en Iberoamérica, 2005-2009 (en porcentaje) 42
Gráfico 7. Tasa bruta de matrícula para la educación terciaria 2000 y 2010 43
Gráfico 8. Años promedio de escolarización de la población de 15 o más años, 1969-2010. 44
Gráfico 9. Formación Inicial del capital humano. Tasa de matrícula por nivel educativo en porcentaje (alrededor del 2008). 45
Gráfico 10. Cobertura de educación superior por quintil de ingreso en porcentaje. Alrededor de 2009. 46
Gráfico 11. Países seleccionados: distribución de graduados de la educación superior por áreas de conocimiento. Alrededor del año 2008 (en porcentaje). 47
Gráfico 12. Tasa de desempleo abierto en la población con 13 o más años de educación, años 1990, 2002 y 2009. 48
Gráfico 13. Plan de estudio CS05 Programa en Comunicación Social..... 97
Gráfico 14. Distribución porcentual de las Áreas de Formación- Programa de Comunicación Social-Medellín..... 110
Gráfico 15. Distribución porcentual del Área de Formación Básica - Programa de Comunicación Social - Medellín..... 111
Gráfico 16. Distribución porcentual de los Componentes del Área de Formación Profesional - Programa de Comunicación Social - Medellín..... 111

1. PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

1.1 DENOMINACIÓN ACADÉMICA

Comunicación Social

1.2 TÍTULO QUE OTORGA

Comunicador Social

1.3 METODOLOGÍA

Presencial

1.4 NÚMERO DE CRÉDITOS

160

2. HISTORIA Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL PROGRAMA

2.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL PROGRAMA

El Programa de Comunicación Social de Medellín, creado mediante Acuerdo 01 de 1998, acta 03 mayo 05 de 1998 del Consejo Superior de la Fundación Universitaria Luis Amigó (Funlam), inició labores en 1999 articulado a la Facultad de Derecho y Ciencias Humanas de esta Fundación Universitaria.

Desde sus inicios, este Pregrado tuvo presente la preocupación del mundo académico por otorgar, en el panorama de las Ciencias Sociales, un discurso legitimado y aceptado a la comunicación. En el camino de consolidación de este estatuto epistémico para la comunicación social, el nuevo Programa avizoró, además, las necesidades de reconfiguración del quehacer educativo que desde esa época, perdía terreno ante el posicionamiento acelerado y profundo de los medios de comunicación.

Desde este contexto histórico el Programa de Comunicación Social de la Funlam reivindicó la posibilidad de un énfasis diferente en la formación de los comunicadores desde el debate de la relación comunicación-educación. Esta discusión académica,

configurada como un campo de conocimiento emergente, propuso que la comunicación iba más allá de los medios y la educación más allá de las aulas. De la misma manera, planteó que los medios tenían sentido porque los sujetos hacían cosas con ellos, entre ellas: construir mediaciones y abrir la posibilidad de nuevas interpretaciones en el campo de la educación.

Vale decir que este Programa fue el primero en Colombia en asumir la relación comunicación - educación como énfasis de profundización y de oferta académica, con una propuesta pedagógica que planteó una distinción en la manera como se enfocaba la tensión dinámica entre la comunicación como campo de conocimientos y la educación, como campo de formación. Además, el Programa de Comunicación Social es una herencia de los estudios culturales, aquella tradicional corriente inglesa que permitió mirar la comunicación desde la óptica de la cultura, desde las significaciones y deconstrucciones, desde la recepción y no sólo desde los emisores. Igualmente, este Pregrado se nutre con los principios de la Escuela de Frankfurt, e incluso con la mediología.

Desde su puesta en marcha, el Programa inició una etapa de desarrollo al fortalecer su malla curricular y su objeto de estudio, de acuerdo con las directrices estipuladas en el Decreto 2566 del 10 de septiembre de 2003, conforme a lo dispuesto en los Artículos 1 y 4, y la Resolución 3457 de diciembre 30 de 2003 del Ministerio de Educación Nacional, por la cual se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Comunicación e Información del país.

En el año 2002, por Resolución 19 del 06 de junio de 2002 del Consejo Superior, la Funlam independizó este Pregrado de la Facultad de Derecho y Ciencias Humanas y decidió iniciar con él la Facultad de Comunicación Social como unidad académica con recursos y orientación propia. Casi dos años después el Consejo Superior de la Funlam aprobó mediante el Acuerdo 08 de 2004, acta 02 del 04 de mayo, los estándares de calidad del Programa de Comunicación Social y fue así como en 2006 se obtuvo registro calificado por siete (7) años bajo el número SNIES 7351 – Presencial Resolución N° 1451 (6 de Abril de 2006). Actualmente, el Programa cuenta con un Registro Calificado renovado por 7 años mediante Resolución 7954 de junio 18 de 2013 del El Ministerio de Educación Nacional.

El Programa de Comunicación Social vive en permanente actualización, la cual se refleja en los cinco planes de estudios que se han desarrollado. El último de ellos, vigente desde junio de 2013, se estructuró con base en: en nuevos lineamientos institucionales como los cursos universitarios comunes y bajo la modalidad de créditos académicos (160 en total) de conformidad con los requerimientos del MEN, la Ley 1188 del 2008 y su Decreto Reglamentario 1295 de 2010 sobre estándares de calidad. Igualmente, se consideraron las orientaciones emanadas de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación e Información –Afacom-.

La historia de este Pregrado es un proceso en construcción: naciente sí, pero rico en voluntad y en posibilidades de crecimiento y proyección. Entre los últimos logros, se destaca el fortalecimiento de la Facultad, la cual se denomina en la actualidad: Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño. Este cambio de nominalización obedece a la creación del Programa de Publicidad Mediante el Acuerdo 15 de 2007, pregrado que comenzó a funcionar en 2009-I como una propuesta más de formación en el campo de la comunicación. Y en el 2011 con el Acuerdo N° 11 – septiembre 6 de 2011 del Consejo Superior se creó el Programa de Diseño Gráfico (SNIES – 102985), pregrado que comenzó a funcionar en el 2014-II. De la misma manera se aprobó el Registro Calificado para el posgrado: Especialización en Relaciones Públicas (Resolución 2097 del 19 de febrero de 2014 del Ministerio de Educación Nacional), que ya inició con su primera cohorte.

Se destaca, también, el papel protagónico del Programa de Comunicación Social de Medellín en la construcción y defensa de los documentos para solicitar el Registro Calificado de Comunicación Social en los Centros Regionales de Bogotá (con Registro Calificado según resolución 15240 del 23 de noviembre de 2012) y Manizales (con Registro Calificado mediante resolución 09758 del 6 de julio de 2015).

Finalmente, se resalta como fortaleza estratégica, que el Programa de Comunicación Social cuenta con un Proyecto Educativo, articulado con el PEI de la Fundación Universitaria Luis Amigó, el cual se constituye en el eje articulador y orientador de su quehacer, y que hoy se presenta en una versión re-significada, en cuya construcción ha participado la comunidad educativa del Programa.

2.2 MISIÓN

El Programa de Comunicación Social de Medellín forma comunicadores sociales con énfasis en comunicación-educación, mediante procesos formativos que articulan la interdisciplinariedad; la integralidad desde dimensiones cognitivas, prácticas y expresivas; la actitud y el conocimiento sobre investigación; las competencias en un segundo idioma y el manejo de tecnologías y medios de expresión e información para comprender y gestionar los fenómenos y escenarios sociales y comunicativos del mundo contemporáneo en diferentes organizaciones, medios y proyectos, desde principios de responsabilidad, ética, actitud crítica, sensibilidad social y disposición de servicio a la comunidad.

2.3 VISIÓN

En el año 2021 el Programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó será un pregrado de alta calidad reconocido nacional e internacionalmente como líder en el desarrollo de la proyección social, comunicativa, periodística, educativa, cultural, humana y de tecnologías aplicadas en los ámbitos propios de la comunicación social y la comunicación-educación, desde la formación de profesionales y seres humanos integrales gestores de trascendencia, calidad de vida, dignidad y con la capacidad de contribuir con el desarrollo social y económico de su entorno.

2.4 PRINCIPIOS

Además de los institucionales, el Programa de Comunicación Social plantea como específicos los siguientes principios:

- **Formación integral:** trabaja por el desarrollo de las diferentes dimensiones del ser humano. Hace énfasis en las dimensiones cognitivo / instrumental, entendida como la relación que adquiere el sujeto con los objetos, mediada por el concepto; la dimensión práctica/moral, producto de la relación intersubjetiva entre los sujetos y la dimensión expresiva/estética, asimilada como la relación subjetiva del sujeto consigo mismo. Esta formación se fundamenta en lo axiológico, lo epistemológico y en lo metodológico.

- **Formación Interdisciplinaria:** El concepto de «interdisciplinariedad» hace parte del trabajo académico cotidiano del Programa, pues la universidad es «universalidad», universo de saberes, diálogo y debate de perspectivas teóricas y disciplinas disímiles. Esta concepción supera en mucho la idea errada de que la interdisciplinariedad se logra cuando un programa es asignaturista y atomiza el abordaje de los objetos de conocimiento y de estudio. El criterio interdisciplinar de este Pregrado busca cultivar el saber y la creación mediante el diálogo de múltiples disciplinas y ámbitos de conocimiento en torno a los objetos de estudio de la disciplina y el énfasis, todos ellos integrados al contexto social con el cual se articula el Programa para el desarrollo de sus procesos académicos, investigativos y de proyección.

- **Formación con énfasis en la comunicación-educación:** el Programa de Comunicación Social de la Funlam enriquece la formación de sus profesionales con la perspectiva de la comunicación-educación, debate que se presenta desde los abordajes teóricos, prácticos e investigativos de las relaciones: Comunicación-Educación-Medios; Comunicación-Educación-Ciudad; Comunicación-Educación-Escuela; Comunicación-Educación-Ciberculturas y Comunicación-Educación-Organizaciones.

- **Formación investigativa:** el programa se esfuerza para que sus profesionales adquieran actitudes científicas y se vuelvan competentes en los aspectos básicos de la investigación y sus procesos de producción de conocimiento.

- **Desarrollo de pensamiento:** el Programa propicia escenarios para el desarrollo de pensamiento creativo, crítico, autónomo, estético, entre otros.

- **Sensibilidad social:** son características de la formación de profesionales del Programa de Comunicación Social: el desarrollo trascendente, el humanismo cristiano y una visión que permita asumir posturas de responsabilidad social para trabajar en la solución de las problemáticas sociales más relevantes.

- **Actualización permanente:** en función de las problemáticas actuales con el fin de responder a las necesidades de desarrollo de las comunidades.

- **Calidad** entendida como un proceso incluyente que implica también una autoevaluación permanente.

2.5 OBJETIVOS

La institución adopta los contemplados en el Capítulo II del Título primero de la Ley 30 de 1.992.

- Profundizar en la formación integral de los colombianos, dentro de las modalidades y calidades de la Educación Superior, capacitándolos para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país.
- Trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones, y promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país.
- Prestar a la comunidad un servicio con calidad, el cual hace referencia a los resultados académicos, a los medios y los procesos empleados, a la infraestructura institucional, a las dimensiones cualitativas y cuantitativas del mismo y a las condiciones en que se desarrolla cada institución.
- Ser factor de desarrollo científico, cultural, económico, político y ético a nivel nacional y regional.
- Actuar armónicamente entre sí y con las demás estructuras educativas y formativas.
- Contribuir al desarrollo de los niveles educativos que le preceden para facilitar el logro de sus correspondientes fines.
- Promover la unidad nacional, la descentralización, la integración regional, y la cooperación interinstitucional con miras a que las diversas zonas del país dispongan de los recursos humanos y de las tecnologías apropiadas que les permitan atender adecuadamente sus necesidades.
- Promover la formación y consolidación de comunidades académicas y la articulación con sus homólogas a nivel internacional.
- Promover la preservación de un medio ambiente sano y fomentar la educación y cultura ecológica.
- Conservar y fomentar el patrimonio cultural del país

2.5.1. Objetivos Específicos

La institución, en razón de su Misión y Visión, presenta los siguientes:

- Contribuir al mejoramiento del país y de la sociedad, mediante el estudio e intervención de los grandes problemas contemporáneos que tienen que ver con: el reconocimiento de la dignidad de la persona humana; la práctica de la justicia; el mejoramiento de la calidad de vida personal, familiar y comunitaria, particularmente de los más necesitados, marginados y desprotegidos; la protección de la naturaleza; la búsqueda de la paz, una distribución más equitativa de los recursos del mundo y un nuevo ordenamiento social al servicio de la comunidad humana.
- Formar integralmente a la comunidad universitaria para el ejercicio de la autonomía intelectual, moral y social.
- Estimular la búsqueda de la verdad, a través de la recreación y divulgación de los saberes.
- Promover el reconocimiento del bien común, la creación de la comunidad, la libre expresión de la diversidad cultural, la importancia de la calidad de vida y el sentido de la participación, la solidaridad y la autogestión.
- Fortalecer la integración de los saberes y los servicios educativos, a través de acciones interdisciplinarias e interinstitucionales.
- Garantizar la calidad académica a través de la articulación de la docencia, la investigación y servicio a la comunidad.
- Proponer alternativas que posibiliten el reconocimiento y el respeto de los valores en el contexto social y cultural.
- Desarrollar en los estudiantes la actitud y capacidad para formular estrategias de autogestión, para la comprensión y búsqueda de solución a los problemas contemporáneos del orden cultural, social y económico.
- Contribuir a la conformación de una sociedad armónica, mediante la descentralización de programas y servicios que consulten las necesidades reales de las personas y de las comunidades.

2.6 POLÍTICA DE CALIDAD

Frente a las políticas de calidad, el Programa de Comunicación Social de Medellín se orienta y trabaja desde las siguientes directrices institucionales:

En la dinámica del desarrollo institucional de la Fundación Universitaria Luis Amigó, la autoevaluación y el mejoramiento continuo se han ido consolidando como el medio a través del cual, los programas y la Institución orientan su deber hacia un ideal de excelencia.

En el desarrollo de estas dinámicas, la Funlam ha pasado de Planes de Mejoramiento centrados sólo en los aspectos por mejorar a Planes de Mejoramiento concebidos, para cada programa y para la misma Institución, como *"Planes de Mantenimiento, Mejoramiento y Capacidad Innovadora".* Esto ha permitido que la Institución y sus programas direccionen el proceso de aseguramiento de la calidad desde una triple dimensión, a saber:

- **Mantenimiento, consolidación y proyección de las fortalezas:** se refiere al estudio, análisis y evaluación de las fortalezas que han caracterizado al programa y a la Institución y que fueron reconocidas en el proceso de autoevaluación. A partir de los hallazgos, se diseña por cada Factor de calidad, el plan para el mantenimiento y consolidación de fortalezas, las estrategias a seguir para tal fin, y los respectivos indicadores que hacen patentes y valorables estas fortalezas.

- **Mejoramiento de los aspectos débiles:** consiste en el análisis e identificación de los aspectos a mejorar y en la comprobación de la efectividad del plan diseñado para superar los aspectos frágiles, identificados en el estudio, análisis y evaluación de los respectivos indicadores. La efectividad de estos planes se calcula a partir de los logros obtenidos por el programa y la Institución, según las metas establecidas.

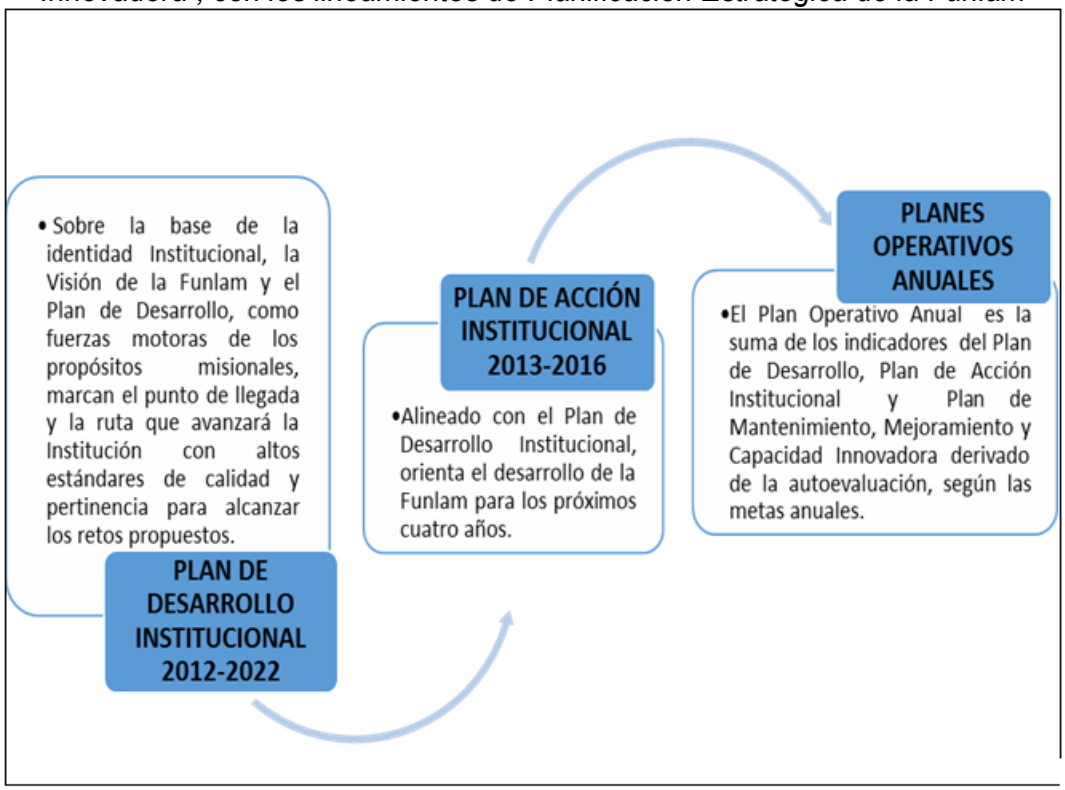
- **Capacidad innovadora**: es la identificación e implementación de las acciones que dan cuenta de la capacidad de innovación tecnológica, metodológica y/o social de los programas y de la Institución, las cuales deben trascender no sólo las metas de desarrollo propias del área de conocimiento del programa; sino también, las metas de desarrollo de la Funlam.

En esta última dimensión se articula el plan de mejoramiento de los programas con la planeación estratégica de la Institución, explícita en el “Plan de Desarrollo 2012-2022” y el “Plan de Acción Institucional 2013-2016”, y que se hace efectiva mediante la realización de los Planes Operativos Anuales.

Estos planes anuales se entienden como planes de gestión de las unidades Académicas o Administrativas, que programan por año los indicadores del Plan de Desarrollo, Plan de Acción y los que se establecen en el “Plan de Mantenimiento, Mejoramiento y Capacidad Innovadora” derivado de los procesos de Autoevaluación.

En suma, los planes de Mantenimiento, Mejoramiento y Capacidad Innovadora, se ejecutan mediante planes operativos correspondientes al lapso establecido en los mismos. La articulación se ilustra a continuación.

***Gráfico 1**. Articulación de los “Planes de Mantenimiento, Mejoramiento y Capacidad Innovadora”, con los lineamientos de Planificación Estratégica de la Funlam*



Fuente: Coordinación del Sistema de Acreditación en Alta Calidad. Agosto 8 de 2013

3. REFERENTE DE LEGALIDAD DEL PROGRAMA

3.1 DOCUMENTOS JURÍDICOS INTERNOS QUE LE DAN SUSTENTO AL PROGRAMA

- Acto académico por el cual se constituyó el programa: Acuerdo 01 de 1998 acta 03 mayo 05 de 1998 del Consejo Superior de la FUNLAM.
- Resolución 19 del 06 de junio de 2002 del Consejo Superior de la Funlam. Por medio de la cual se Implementa el funcionamiento de la Nueva Estructura de Facultades en la Fundación Universitaria Luis Amigó.
- Acuerdo 08 de 2004, acta 02 del 04 de mayo de 2004. Por medio del cual el Consejo Superior de la Fundación Universitaria Luis Amigó aprueba los estándares de calidad del Programa de Comunicación Social.
- Registro Calificado - Código SNIES 7351 - Presencial Resolución No. 1451 del 6 de Abril de 2006.
- Renovación de Registro Calificado por 7 años mediante Resolución 7954 de junio 18 de 2013 del El Ministerio de Educación Nacional.

3.2 DOCUMENTOS JURÍDICOS EXTERNOS QUE LE DAN SUSTENTO AL PROGRAMA

- Ley 30 de 1992.
- Ley 749 de julio 19 de 2002, por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades de formación técnica, profesional y tecnológica, y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 2566 del 10 de septiembre de 2003, por el cual se establecen las condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior y se dictan otras disposiciones
- Resolución Número 3457 de 2003 (diciembre 30), por la cual se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Comunicación e Información.
- Ley 1188 de 2008 del Congreso de la República, que describe las características del registro calificado y las condiciones de calidad de programas de educación superior.

- Decreto No 3963 del 14 de octubre de 2009 por el cual se reglamenta el examen de estado de calidad de la Educación Superior.
- Decreto 1295 de 2010, abril 20 de 2010, reglamentario de la Ley 1188 de 2008.

Se incluyen además:

- El marco de fundamentación conceptual y especificaciones de la prueba ECAES en Comunicación e Información, de la Asociación de Facultades de Comunicación Social, AFACOM. Bogotá, D.C. Abril de 2004.
- El Cuestionario TUNING para Latinoamérica. Documento donde se clasifican los diferentes tipos de competencias en la formación superior aplicado a países de Latino América.
- El marco de fundamentación conceptual y metodológica de los módulos de competencias genéricas y específicas disponibles para la evaluación de la calidad de la educación superior, Pruebas Saber Pro, ICFES - Bogotá, D.C. Noviembre de 2011.

4. JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA DEL PROGRAMA

El Programa de Comunicación Social de Medellín se sustenta desde tres pilares fundamentales:

El primero de ellos: la trayectoria académica y el respaldo de la Fundación Universitaria Luis Amigó. Institución Educativa cimentada en la filosofía de sus precursores: los Religiosos Terciarios Capuchinos de Nuestra Señora de los Dolores, también llamados amigonianos.

Esta comunidad religiosa nació oficialmente el 12 de abril de 1889 en Massamagrell (Valencia, España) orientada por Padre Luis Amigó y Ferrer y fue aprobada por la Santa Sede el 19 de septiembre de 1902. A Medellín - Colombia los Terciarios Capuchinos llegaron en 1950 con el objetivo de mejorar su práctica pedagógica y la de los educadores de la ciudad. En 1958 iniciaron la realización de los cursos de Psicopedagogía Correccional, aprobados por el Ministerio de Educación Nacional. Y en 1964 pusieron en funcionamiento el Instituto Psicopedagógico Amigó que dio origen a la Fundación Universitaria Luis Amigó (Funlam).

El 9 de noviembre de 1984 se le otorgó a la Funlam la Personería Jurídica Nº 17701 y el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES) aprobó la Fundación Universitaria Luis Amigó como Institución de Educación Superior. La década siguiente, la de los noventa, fue fundamental para la expansión académica de la Institución. Entre los programas instituidos en este período está el de Comunicación Social Medellín que se creó mediante acuerdo # 01, acta 03 de mayo de 1998 del Consejo Superior.

Desde sus inicios, la Fundación Universitaria Luis Amigó contextualizó sus procesos de formación y fundamentó sus prácticas en los desarrollos teóricos del humanismo cristiano y en las contribuciones de las Ciencias Humanas que aportan a los procesos de transformación social y de edificación de una sociedad más acorde con la dignidad humana. La Institución se ha comprometido con la educación superior como una nueva estrategia para la construcción de una sociedad justa y próspera, y ha optado por la investigación e intervención de la realidad social en diferentes campos de acción, lo cual ha permitido, a la vez, actualizar, redimensionar y resignificar la historia de la prácticas en

intervención de problemáticas psicosociales, que han hecho parte del quehacer de los Religiosos Terciarios Capuchinos.

La sede principal de esta Institución de Educación Superior de carácter católico, está ubicada en Medellín; pero en la actualidad cuenta con cinco Centros Regionales (Bogotá, Montería, Cali, Manizales y Apartadó), hecho que ha posibilitado el acceso de un sinnúmero de personas a la formación universitaria, en diferentes regiones de Colombia. Igualmente, su oferta educativa es amplia y hoy cuenta con 7 facultades, a través de las cuales ofrece 67 programas: 42 programas de pregrado, 25 programas de posgrado (22 especializaciones y 3 maestrías)

El segundo pilar que sustenta el Programa de Comunicación es su propuesta académica, la cual planteó desde sus inicios una estructura curricular innovadora para articular las discusiones de distintas escuelas de pensamiento alrededor de la comunicación social, con el énfasis en comunicación-educación; campo de debates y de abordajes teóricos, prácticos e investigativos que hoy sigue vigente.

El valor agregado del Programa de Medellín, su énfasis en comunicación-educación, ha sido coherente con la filosofía de la Institución que lo sustenta; con la perspectiva humanista y sociocultural en la formación de los comunicadores en la Funlam; con la posibilidad de una oferta diferencial frente a otros Programas de la región y del país y con las últimas discusiones sobre el fundamento epistemológico de la comunicación social que ubican este saber en los terrenos de campo de conocimiento y de interdisciplina que empieza a acercase a lo transdisciplinar.

Este Pregrado, después de diecisiete años de desarrollo y consolidación en la formación de comunicadores sociales en Antioquia, ratifica su fortalecimiento al ubicarse en el tercer lugar en el ámbito nacional y en el primer lugar en el Departamento por el número de población total matriculada en el segundo semestre de 2013, con 1457 estudiantes, según los datos de mayo de 2014 del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES). Ver la siguiente tabla.

Tabla 1. Total de matriculados en el segundo semestre del 2013

Institución de Educación Superior (IES)	Departamento de domicilio de la IES	Municipio de domicilio de la IES	Programa Académico	Total de matriculados 2013-2
CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO-	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	1792
PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	COMUNICACION SOCIAL	1556
FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO FUNLAM	ANTIOQUIA	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL	1457
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE	VALLE DEL CAUCA	CALI	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	1065
UNIVERSIDAD CENTRAL	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	COMUNICACION SOCIALY PERIODISMO	1053

Fuente: SNIES mayo de 2014

El tercer, y último pilar, es el propio diseño de este Programa de modalidad presencial, el cual está orientado por principios de formación integral, interdisciplinaria, investigativa y de desarrollo de pensamiento.

Esta formación integral se sustenta en la sensibilidad social, en la actualización permanente y en la calidad, desde los lineamientos de un modelo pedagógico desarrollista y sus corrientes cognitivas y constructivistas del conocimiento, con algunas aportaciones del modelo pedagógico crítico social, todo articulado en una concepción curricular investigativa y por competencias.

Como un aporte adicional, a este conjunto se suma el énfasis en comunicación-educación, elemento diferencial que no está presente en las propuestas académicas afines de las Universidades del departamento de Antioquia, en cuyos planes de estudio se infiere sólo la formación clásica del comunicador social. Igualmente, este valor agregado fortalece el Programa de Comunicación Social y lo convierte en una oportunidad para este sector del país, con un currículo que lee las problemáticas del contexto, que tiene en

cuenta los contenidos de la cultura, que integra la teoría y la práctica a través de la investigación, que asume el objeto de estudio de la comunicación social en la complejidad de definirlo y delimitarlo y que, en definitiva, propone un plan de estudios seleccionado y organizado en coherencia con el proceso de formación sugerido.

Este proceso de formación derivará en un perfil educativo, en el cual se equilibra el ser, el conocer, el sentir, el hacer y el convivir. Y que se formula a partir del perfil del comunicador enunciado en la resolución No. 3457 de diciembre de 2003, expedida por el Ministerio de Educación de Colombia y desde un perfil específico del Programa en el cual confluyen lo profesional y lo ocupacional en una formación integral desde dimensiones cognitivas, prácticas, expresivas e interdisciplinarias que le permiten a los egresados desempeñarse en los campos tradicionales de la comunicación social y en proyectos de ciudad, culturales, cibermediales, organizacionales y escolares que integren la comunicación-educación.

4.1 CONTEXTO LOCAL

El Programa de Comunicación Social de Medellín de la Fundación Universitaria Luis Amigó está inserto en una ciudad que durante los últimos 12 años ha sido escenario de administraciones municipales que han tenido como centro la educación. Esta continuidad en las intencionalidades de los diferentes gobernantes se ha convertido en oportunidad de fortalecimiento y crecimiento de los diferentes ciclos educativos, incluyendo el universitario.

Por ejemplo, dentro de la actual administración, el Plan de Desarrollo de Medellín 2012-2015: “Construyamos un hogar para la vida”, reconoce en su línea 2, en el Componente 1: Medellín educada y educadora para la vida y la equidad, que en cuanto a educación superior aún falta ampliar la cobertura con una oferta diversificada e incluyente con criterios de equidad calidad y pertinencia social. Desde este diagnóstico se asume como objetivo garantizar el acceso y permanencia de la población escolar en el sistema educativo, con estándares de calidad, para hacer de Medellín una ciudad educadora y educada y se propone el programa. Medellín Ciudad Universitaria con el fin de fortalecer el sistema de educación superior.

Desde esta perspectiva, se asume como política pública el enfoque de derechos y una atención diferenciada de los grupos poblaciones, lo cual desarrolla acciones afirmativas para que se beneficien de las políticas de desarrollo y bienestar aquellos grupos históricamente excluidos quienes se encuentran en mayores condiciones de desprotección y vulnerabilidad. Situación que permite avanzar en la superación de las condiciones de pobreza y desigualdad, en el reconocimiento a la diversidad y en el respeto por un desarrollo socialmente incluyente y sostenible.

En concordancia, esta prioridad política es el reconocimiento del derecho a una educación de calidad desde la infancia, que siente las bases para el desarrollo de las capacidades a lo largo de la vida, al pasar por la educación media y garantizar la ampliación de oportunidades para la educación superior, recorrido que es condición para superar las desigualdades sociales y para la formación del talento humano calificado que contribuye al mejoramiento de la competitividad de Medellín mediante la generación de empleo productivo o emprendimientos.

A esta política se articula el Programa Comunicación Social que se desarrolla en una Institución Universitaria que tiene entre sus prioridades facilitarle el acceso a poblaciones vulnerables garantizando un proceso educativo incluyente y de calidad con costos inferiores a los de la mayoría de universidades privadas de la ciudad y de la región.

Situación que es ratificada por la clara preferencia que ha tenido nuestro Programa frente a otros de Comunicación, Periodismo y Afines de la región. Del 2011 II al 2013 II el programa de Comunicación Social de Medellín de la Funlam, registra el mayor número de estudiantes matriculados en el departamento antioqueño, ver la tabla siguiente:

*Tabla 2. Matriculados en Antioquia en educación superior en Comunicación, Periodismo y Afines con metodología presencial 2011 II- 2013 II (Los semestres con * corresponden a Información preliminar)*

Institución de Educación Superior (IES)	Sector IES	Municipio de domicilio de la IES	Programa Académico	Nivel de Formación	Total 2011-2	Total 2012-2	Total 2013-1*	Total 2013-2*
FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO FUNLAM	**PRIVADA**	**MEDELLIN**	**COMUNICACION SOCIAL**	**UNIVERSITARIA**	**1208**	**1401**	**1502**	**1457**
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	UNIVERSITARIA	1	2	3	4
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	MEDELLIN	PERIODISMO	UNIVERSITARIA	226	236	222	230
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	MEDELLIN	COMUNICACIONES	UNIVERSITARIA	224	237	237	240
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	MEDELLIN	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIAL	UNIVERSITARIA	243	229	214	224
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL – PERIODISMO	UNIVERSITARIA	0	0	26	54
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL – PERIODISMO	UNIVERSITARIA	0	0	39	59
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	EL CARMEN DE VIBORAL	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	UNIVERSITARIA	73	28	4	4
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	OFICIAL	CAUCASIA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	UNIVERSITARIA	60	33	14	2
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	UNIVERSITARIA	822	927	1019	974
UNIVERSIDAD EAFIT-	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSITARIA	397	413	441	405

Institución de Educación Superior (IES)	Sector IES	Municipio de domicilio de la IES	Programa Académico	Nivel de Formación	Total 2011-2	Total 2012-2	Total 2013-1*	Total 2013-2*
UNIVERSIDAD CATOLICA DE ORIENTE	PRIVADA	RIONEGRO	COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSITARIA	123	132	165	161
UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION Y RELACIONES CORPORATIVAS	UNIVERSITARIA	634	625	639	625
UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION Y LENGUAJES AUDIOVISUALES	UNIVERSITARIA	728	783	833	822
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSITARIA	126	124	145	153
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSITARIA	0	0	0	0
POLITECNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID	OFICIAL	MEDELLIN	COMUNICACION AUDIOVISUAL	UNIVERSITARIA	0	0	0	0
POLITECNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID	OFICIAL	MEDELLIN	COMUNICACION AUDIOVISUAL	UNIVERSITARIA	597	648	685	745
INSTITUCION UNIVERSITARIA SALAZAR Y HERRERA	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION ORGANIZACIONAL	UNIVERSITARIA	0	0	0	2
CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA	PRIVADA	CALDAS	COMUNICACION Y PERIODISMO	UNIVERSITARIA	0	0	0	0
CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA	PRIVADA	CALDAS	COMUNICACION Y PERIODISMO	UNIVERSITARIA	264	261	260	238
CORPORACION UNIVERSITARIA	PRIVADA	SEDE MEDELLÍN	COMUNICACION SOCIAL -	UNIVERSITARIA	285	375	417	454

Institución de Educación Superior (IES)	Sector IES	Municipio de domicilio de la IES	Programa Académico	Nivel de Formación	Total 2011-2	Total 2012-2	Total 2013-1*	Total 2013-2*
MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO-			PERIODISMO					
CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION SOCIAL ORGANIZACIONAL	UNIVERSITARIA	4	0	0	0
CORPORACION COLEGIATURA COLOMBIANA	PRIVADA	MEDELLIN	COMUNICACION ORGANIZACIONAL	UNIVERSITARIA	62	63	57	57

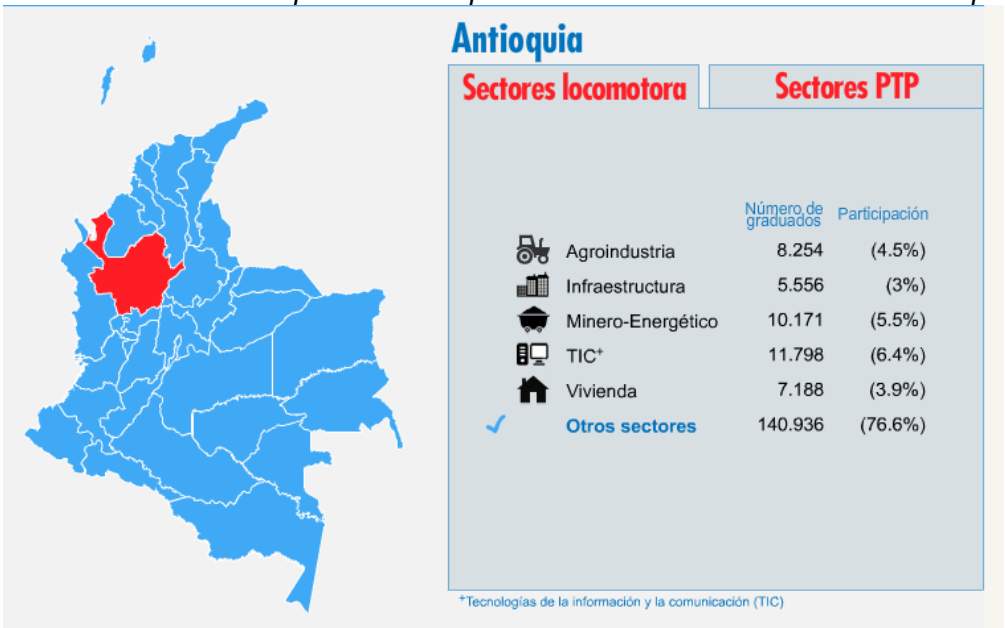
Fuente: MEN – SNIES. Fecha de corte de la información: mayo de 2014

Esta alta oferta de programas podría hacer pensar en una saturación de profesionales en esta área. Sin embargo, hoy la información y la comunicación no sólo son necesarias sino estratégicas como lo demuestra el hecho de que los últimos premios Nobel en economía se han entregado a investigadores que han señalado el papel de la información y la comunicación en la dinámica de los diversos mercados y en desarrollo social en general.

Además, según los últimos datos del Observatorio Laboral para la Educación, los graduados en Comunicación, Periodismo y Afines, no son tantos en el territorio nacional y departamental, frente a otro tipo de profesionales. Si esto se confronta con los sectores económicos de nuestro país, a los cuales se articulan los profesionales egresados, también se corrobora la necesidad de más comunicadores sociales.

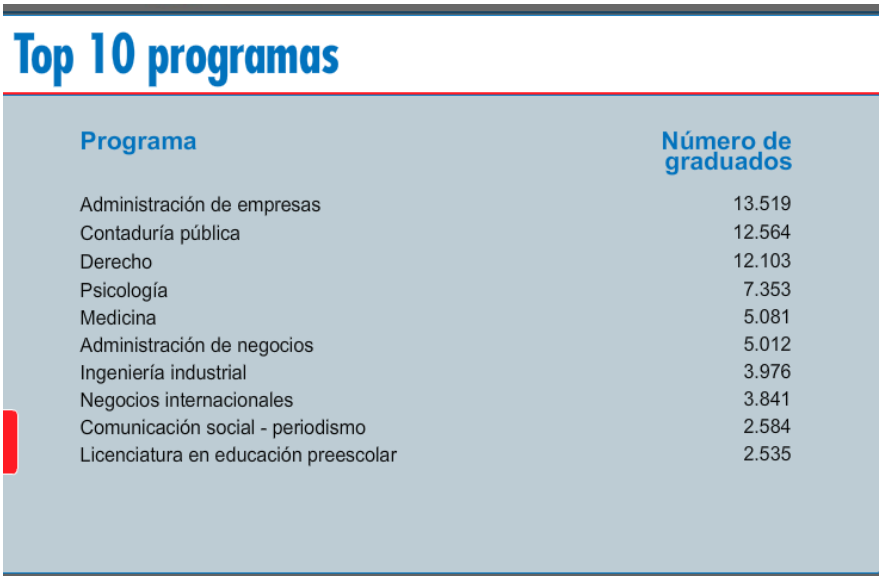
En esta misma línea, se especifica que en el gobierno actual los sectores económicos Colombianos se clasifican en sectores locomotora y sectores PTP (Programas de Transformación Productiva). Los sectores locomotora son aquellos prioritarios porque se conviertan en 'motores de crecimiento', con el fin de arrastrar al conjunto de la economía local y nacional. Estos sectores son: el agroindustrial, infraestructura, minero-energético, TIC, Vivienda y otros sectores. A cada uno se articulan diferentes profesiones. Por ejemplo, en Antioquia se pudo comprobar que el mayor número de graduados son de la locomotora: Otros sectores, en este grupo se encuentran los egresados de los programas de Comunicación, Periodismo y Afines. Sin embargo, en el top de los 10 programas con el mayor número de graduados, Comunicación ocupa el noveno lugar con 2.584 graduados. Ver gráficos 2 y 3.

Gráfico 2. Oferta de capital humano para los sectores locomotora en Antioquia



Fuente: Observatorio Laboral para la Educación, junio de 2015

Gráfico 3. Top 10 de la oferta de capital humano de los programas académicos articulados a la locomotora: otros sectores



Top 10 programas

Programa	Número de graduados
Administración de empresas	13.519
Contaduría pública	12.564
Derecho	12.103
Psicología	7.353
Medicina	5.081
Administración de negocios	5.012
Ingeniería industrial	3.976
Negocios internacionales	3.841
Comunicación social - periodismo	2.584
Licenciatura en educación preescolar	2.535

Fuente: Observatorio Laboral para la Educación, junio de 2015

Como puede ratificarse, aunque se sigan necesitando en Colombia y Antioquia muchos ingenieros y técnicos; frente a las cifras anteriores, se torna prioritario la formación de profesionales en Ciencias Sociales y, particularmente, en Comunicación Social, Periodismo y Afines, área del conocimiento que puede orientar a los primeros.

Máxime si se trata de los comunicadores sociales de la Fundación Universitaria Luis Amigó, formados con énfasis en comunicación-educación, particularidad que los capacita para acercarse a todos los sectores locomotora más allá del tradicional periodismo o la comunicación corporativa.

4.2 CONTEXTO REGIONAL

En el contexto regional, en el cual se tuvo en cuenta los departamentos que limitan con Antioquia, se repite la tendencia local, y el Programa de Comunicación Social de la Funlam Medellín es el que mayor matrícula de estudiantes presenta entre los años 2011 y 2013. Además, se destaca el incremento de matriculados de año en año. Lo anterior da cuenta del reconocimiento de este tipo de pregrado y de la Institución que lo oferta.

*Tabla 3. Matriculados en Antioquia y en departamentos limítrofes en educación superior en Comunicación, Periodismo y Afines con metodología presencial 2011 I- 2013 II (Los semestres con * corresponden a Información preliminar)*

Institución de Educación Superior (IES)	Programa Académico	Departamento de oferta del programa	Municipio de oferta del programa	Total 2011-1	Total 2011-2	Total 2012-1	Total 2012-2	Total 2013-1*	Total 2013-2*
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	ANTIOQUIA	MEDELLIN	3	1	1	2	3	4
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	PERIODISMO	ANTIOQUIA	MEDELLIN	224	226	237	236	222	230
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COMUNICACIONES	ANTIOQUIA	MEDELLIN	195	224	218	237	237	240
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	229	243	240	229	214	224
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COMUNICACION SOCIAL – PERIODISMO	ANTIOQUIA	TURBO	0	0	0	0	26	54
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COMUNICACION SOCIAL – PERIODISMO	ANTIOQUIA	ANDES	0	0	0	0	39	59
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	ANTIOQUIA	EL CARMEN DE VIBORAL	74	73	49	28	4	4
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	ANTIOQUIA	CAUCASIA	60	60	51	33	14	2

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	ANTIOQUIA	MEDELLIN	858	822	941	927	1019	974
UNIVERSIDAD EAFIT-	COMUNICACION SOCIAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	419	397	417	413	441	405
UNIVERSIDAD CATOLICA DE ORIENTE	COMUNICACION SOCIAL	ANTIOQUIA	RIONEGRO	101	123	135	132	165	161
UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	COMUNICACION Y RELACIONES CORPORATIVAS	ANTIOQUIA	MEDELLIN	632	634	649	625	639	625
UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	COMUNICACION Y LENGUAJES AUDIOVISUALES	ANTIOQUIA	MEDELLIN	740	728	815	783	833	822
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	COMUNICACION SOCIAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	127	126	138	124	145	153
POLITECNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID	COMUNICACION AUDIOVISUAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	628	597	603	648	685	745
FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO FUNLAM	**COMUNICACION SOCIAL**	**ANTIOQUIA**	**MEDELLIN**	**1151**	**1208**	**1366**	**1401**	**1502**	**1457**
INSTITUCION UNIVERSITARIA SALAZAR Y HERRERA	COMUNICACION ORGANIZACIONAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	0	0	0	0	0	2

CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA	COMUNICACION Y PERIODISMO	ANTIOQUIA	CALDAS	253	264	265	261	260	238
CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS -UNIMINUTO-	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	ANTIOQUIA	BELLO	263	285	371	375	417	454
CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON	COMUNICACION SOCIAL ORGANIZACIONAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	7	4	0	0	0	0
CORPORACION COLEGIATURA COLOMBIANA	COMUNICACION ORGANIZACIONAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	66	62	59	63	57	57
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA	COMUNICACION SOCIAL	BOLIVAR	CARTAGENA	422	426	428	426	444	442
FUNDACION UNIVERSIDAD DE BOGOTA - JORGE TADEO LOZANO	COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	BOLIVAR	CARTAGENA	124	137	155	143	153	150
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR	COMUNICACION SOCIAL	BOLIVAR	CARTAGENA	186	185	219	195	204	199
UNIVERSIDAD DE BOYACA UNIBOYACA	COMUNICACION SOCIAL	BOYACA	TUNJA	121	129	138	144	155	156
UNIVERSIDAD DE MANIZALES	COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	CALDAS	MANIZALES	388	387	403	373	398	409

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	CORDOBA	MONTERIA	124	122	132	126	123	112
UNIVERSIDAD DEL SINU - ELIAS BECHARA ZAINUM - UNISINU -	COMUNICACION SOCIAL	CORDOBA	MONTERIA	63	62	75	65	0	0
UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	RISARALDA	PEREIRA	264	270	278	249	261	278
FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIOS	RISARALDA	PEREIRA	34	37	60	0	74	75

Fuente: MEN – SNIES. Fecha de corte de la información: mayo de 2014

Esta fortaleza en matriculados del Programa está enriquecida por el proceso formativo integral de sus estudiantes, que además es fortalecido con el valor agregado del énfasis en comunicación- educación. Como puede observarse en la tabla 4, que describe los planes de estudio de los programas con mayor número de matrícula total en el país, en el 2013 II, sólo 4 programas en el ámbito nacional: Corporación Universitaria Minuto de Dios -UNIMINUTO-, Universidad Santo Tomas, Fundación Universitaria los Libertadores y Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, incluyen en sus planes de estudios algunos cursos o énfasis diferenciales: Comunicación Participativa, Comunicación Ciudadana y Comunicación Educativa (cursos en UNIMINUTO); Comunicación para el Desarrollo (Curso en Fundación Universitaria los Libertadores); Comunicación-Educación (Curso de 2 créditos en el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid de Medellín) y Conflicto, Comunicación y Educación, (énfasis en la Universidad Santo Tomás).

Como puede constatarse ni en Antioquia ni en otros departamentos hay programas que cuenten con un énfasis en comunicación-educación, lo cual hace que este Pregrado de la Funlam-Medellín, diversifique la oferta en la región y en el país.

*Tabla 4. Descripción de planes de estudios en programas del país con mayor matricula plena, universitarios, en Comunicación, Periodismo y Afines y con metodología presencial durante el 2013 II (Los semestres con * corresponden a Información preliminar)*

Institución de Educación Superior (IES)	Programa Académico	Departamento de oferta del programa	Municipio de oferta del programa	Total de matrícula total 2013-2*	Total de créditos	Descripción del Plan de Estudios
CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO-	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	1792	162 (9 semestres)	El componente básico propone cursos de Comunicación Escrita y Procesos Lectores I, Matemáticas, Inglés, Estadística Descriptiva, el profesional cursos de periodismo producción audiovisual, lenguaje radial, producción digital y comunicación estratégica y formación investigativa. En lo diferencial sobresalen cursos de Comunicación Participativa, Comunicación Ciudadana y un curso de Comunicación Educativa,
PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA	COMUNICACION SOCIAL	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	1556	178 (10 semestres)	En general el plan de estudios enfatiza en: Periodismo, Comunicación Organizacional, Producción Audiovisual y Producción Editorial.
FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO FUNLAM	**COMUNICACION SOCIAL**	**ANTIOQUIA**	**MEDELLIN**	**1457**	160 (10 semestres)	**Pensum integral con un área de formación básica en investigación, sociohumanística, énfasis en comunicación-educación, informática y lengua extranjera y un área profesional que comprende siete componentes:**

Institución de Educación Superior (IES)	Programa Académico	Departamento de oferta del programa	Municipio de oferta del programa	Total de matrícula total 2013-2*	Total de créditos	Descripción del Plan de Estudios
						Periodismo, Comunicación, Expresión, Producción Audiovisual, Multimedia y Gestión Empresarial
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	VALLE DEL CAUCA	CALI	1065	10 semestres	Sólo se destaca en la estructuración de este pregrado la formación tradicional en periodismo, comunicación organizacional y producción audiovisual
UNIVERSIDAD CENTRAL	COMUNICACION SOCIALY PERIODISMO	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	1053	140 (10 semestres)	Soporta su formación en los siguientes componentes: campo de la comunicación, lectoescritura, producción audiovisual, periodismo, comunicación organizacional e investigación. Los estudiantes deben cursar durante la carrera 4 niveles de inglés. Hay líneas de profundización que configuran ejes de reflexión para el desarrollo curricular y orientan los procesos de investigación del programa. Estas son: Narrativas e imágenes, Tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), y Comunicación y poder:
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	ANTIOQUIA	MEDELLIN	974	158 (10 semestres)	El plan de estudios está estructurado por las siguientes áreas: Fundamentación Científica y Humana, Periodismo, Gestión de la Comunicación y Escuela de

Institución de Educación Superior (IES)	Programa Académico	Departamento de oferta del programa	Municipio de oferta del programa	Total de matrícula total 2013-2*	Total de créditos	Descripción del Plan de Estudios
						Ciencias Sociales.
UNIVERSIDAD DE LA SABANA	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	CUNDINAMARCA	CHIA	887	167 (9 semestres)	Plan de estudios integral que contempla formación en cuatro grandes campos académicos y laborales: periodismo, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo y comunicación política. Adicionalmente, la propuesta formativa se caracteriza por incluir un alto componente práctico, desarrollado en estudios y laboratorios dotados con tecnología de punta, y por su apertura al mundo a través de programas de internacionalización, que incluyen movilidad permanente de profesores y estudiantes y bilingüismo.
UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	ATLANTICO	BARRANQUILLA	863	154 (10 semestres)	El plan de estudios propone en resumen una formación, periodística, organizacional, audiovisual, de gestión, humanística y hay dos niveles de investigación.
UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	COMUNICACION Y LENGUAJES AUDIOVISUALES	ANTIOQUIA	MEDELLIN	822	146 (10 semestres)	Este programa con una formación en comunicación y lenguajes audiovisuales tiene tres líneas de énfasis. La primera en guión cinematográfico, narrativa del montaje y administración de empresas audiovisuales. La

Institución de Educación Superior (IES)	Programa Académico	Departamento de oferta del programa	Municipio de oferta del programa	Total de matrícula total 2013-2*	Total de créditos	Descripción del Plan de Estudios
						segunda en guión para series, edición digital y diseño y programación y la tercera en guión de género, grafismo y gerencia de proyectos audiovisuales.
FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES	COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	768	144 créditos (8 semestres	Formación tradicional, pero una de sus líneas de profundización es comunicación para el desarrollo.
POLITECNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID	COMUNICACION AUDIOVISUAL	ANTIOQUIA	MEDELLIN	745	8 semestre	Es formación con énfasis audiovisual. Hay un curso de 2 créditos en comunicación-educación.
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS	COMUNICACION SOCIAL	BOGOTA D.C.	BOGOTA D.C.	720	170 (10 semestres)	Hay una formación básica en Teorías de la Comunicación, Inglés, Investigación, diferentes tipos de comunicación y formación humanística. A partir del sexto semestre hay énfasis en. Conflicto, Comunicación y Educación, Organizacional y Periodismo.
Fuente: MEN – SNIES. Fecha de corte de la información: mayo de 2014						

4.3 CONTEXTO NACIONAL

Además, de lo ya especificado en párrafos anteriores sobre el contexto nacional al compararlo con el contexto local y regional, es importante resaltar como justificación de la existencia en Colombia del Pregrado en Comunicación Social de la sede Medellín de la Fundación Universitaria Luis Amigó los siguientes datos estadísticos:

- Según los últimos datos del Ministerio de Educación Nacional el 51% de los títulos otorgados en el 2013 son de Instituciones de Educación Superior Privadas y el 49% son de IES pública. Si a esto le agregamos que según la tipología de los estudiantes nuevos que accedieron a la educación superior en Colombia en el 2014, el 60% de ellos proviene de familia con ingresos de dos salarios mínimos. Podemos constatar que una institución universitaria, que como la Funlam, facilita con sus costos el ingreso a estudiantes de estratos 1, 2 y 3, debe seguir con esta tarea inclusiva y de calidad educativa (ver gráfico 4).

Gráfico 4. *Tipología de los estudiantes nuevos que accedieron a la educación superior en Colombia en el 2014*

Fuente: MEN –SPADIES. Fecha de corte junio de 2015

- De la misma manera, se resalta la situación de los sectores económicos locomotora en el ámbio nacional. En otros sectores, segmento que articula los profesionales de la comunicación social, en el top 10 de los programas con mayor número de graduados no figuran los pregrados de Comunicación, Periodismo y Afines. Situación que hace necesario el fomento de este tipo de programas y la continuidad de los ya existentes. Ver gráfico 5:

Gráfico 5. *Top 10 de oferta de capital humano de los programas académicos articulados a la locomotora: otros sectores – Ámbito nacional*

Top 10 programas

Programa	Número de graduados
Administración de empresas	140.681
Contaduría pública	114.498
Derecho	107.868
Ingeniería industrial	61.305
Psicología	59.857
Medicina	44.847
Enfermería	33.595
Economía	27.413
Odontología	18.770
Fisioterapia	18.305

Fuente: Observatorio Laboral para la Educación, junio de 2015

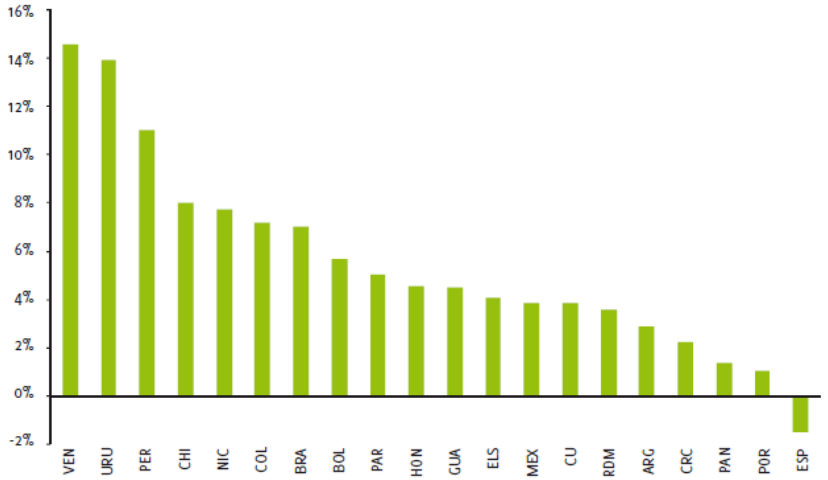
4.4 CONTEXTO INTERNACIONAL

Para mejorar la comprensión del estado actual de la educación en comunicación en el ámbito internacional, es necesario realizar primero un acercamiento al presente de la educación superior en este mismo contexto, lo cual permitirá justificar por qué es necesario mantener y aumentar el acceso a este tipo de educación desde políticas que propendan por la calidad y la diversificación.

Para lograr este propósito se parte del informe de 2011 que sobre la educación superior en Iberoamérica elaboró el Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) y Universia con el patrocinio de la Fundación Telefónica y el Banco Mundial.

Lo primero que destaca este informe es la gran expansión del sistema de educación superior y la demanda de este tipo de formación en el ámbito iberoamericano (Bruner & Ferrada Hurtado, 2011, p.162).

Gráfico 6. *Tasa promedio de crecimiento de la matrícula en educación superior en Iberoamérica, 2005-2009 (en porcentaje)*



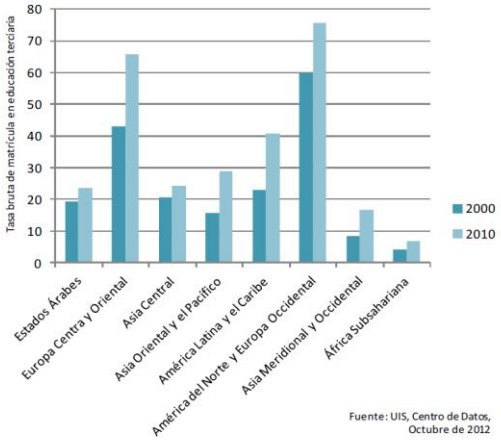
Fuente: Informe sobre la educación superior en Iberomerica- 2011 Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) y Universia (p. 162)[1]

> "Durante el segundo lustro del siglo XXI, la matrícula de educación superior de los países iberoamericanos continúa expandiéndose a una tasa promedio anual entre un 14,6% en Venezuela y un 1,8% en Portugal. Sólo en España –al igual como sucede en Japón y países de Europa del Este– la matrícula disminuye en términos absolutos, debido al enflaquecimiento de la demanda por el progresivo envejecimiento de la población. Durante la última década, la tasa promedio anual de crecimiento de la matrícula en la región de América Latina y el Caribe fue de un 6,8% (UNESCO, 2009)". (Bruner & Ferrada Hurtado, 2011, p.162)

[1] Para comprender mejor las gráficas de este apartado revisar los siguientes códigos. *Código de los países Iberomericanos:* ARG: Argentina/BOL: Bolivia/BRA: Brasil/CHI: Chile/COL: Colombia/CRC: Costa Rica/CUB: Cuba/ECU: Ecuador/ELS: El Salvador/GUA: Guatemala/HON: Honduras/MEX: México/NIC: Nicaragua/PAN: Panamá/PAR: Paraguay/PER: Perú/PTR: Puerto Rico/RDM: República Dominicana/URU: Uruguay/VEN: Venezuela/ESP: España/POR: Portugal. *Países de comparación internacional:* AUS: Australia/CAN: Canadá/KOR: República de Corea/EST: Estonia/GBR: Gran Bretaña. *Regiones:* ALC: América Latina y el Caribe/IBE: Iberoamérica/MUD: Mundo.

La siguiente gráfica da cuenta del crecimiento en matrículas en la educación superior de América Latina y el Caribe en comparación con otras regiones en los años 2000 y 2010. Como puede apreciarse el crecimiento entre estos dos años ha sido significativo para todas las regiones. Y en cuanto a este incremento en matrículas, sólo están por encima las regiones de Europa Central y Oriental y América del Norte y Europa Occidental.

Gráfico 7. *Tasa bruta de matrícula para la educación terciaria 2000 y 2010*



Para el caso concreto de Colombia el crecimiento en el acceso a la educación superior ha sido significativo desde el 2005 con una tasa de crecimiento del 7% que en su momento más alto llegó al 9.48% durante el 2008.

A pesar de lo favorable de este incremento deben de tenerse en cuenta tres amenazas específicas que pesan sobre el sector:

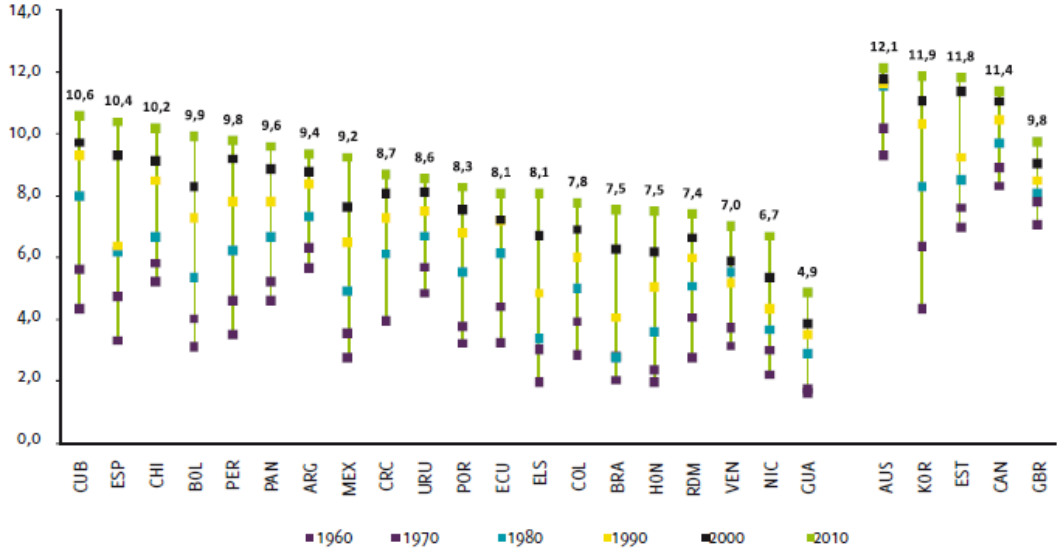
- El crecimiento de proveedores informales de este servicio conocidos como “fábricas de diplomas” en detrimento de la calidad.
- Las restricciones económicas sobre este segmento educativo en los diferentes países Iberoamericanos.
- Y lo inequitativo y excluyente que sigue siendo el ámbito de la educación superior.

Estas situaciones aumentan la demanda de instituciones y programas fiables que puedan restablecer la confianza en el sistema de educación superior y acortar las barreras de la inequidad y exclusión existentes.

A continuación se destacan algunos datos estadísticos en Iberoamérica, los cuales son, finalmente, una justificación para la existencia del Programa de Comunicación Social de Medellín.

- La calidad del capital humano en la región Iberoamericana

Gráfico 8. *Años promedio de escolarización de la población de 15 o más años, 1969-2010.*

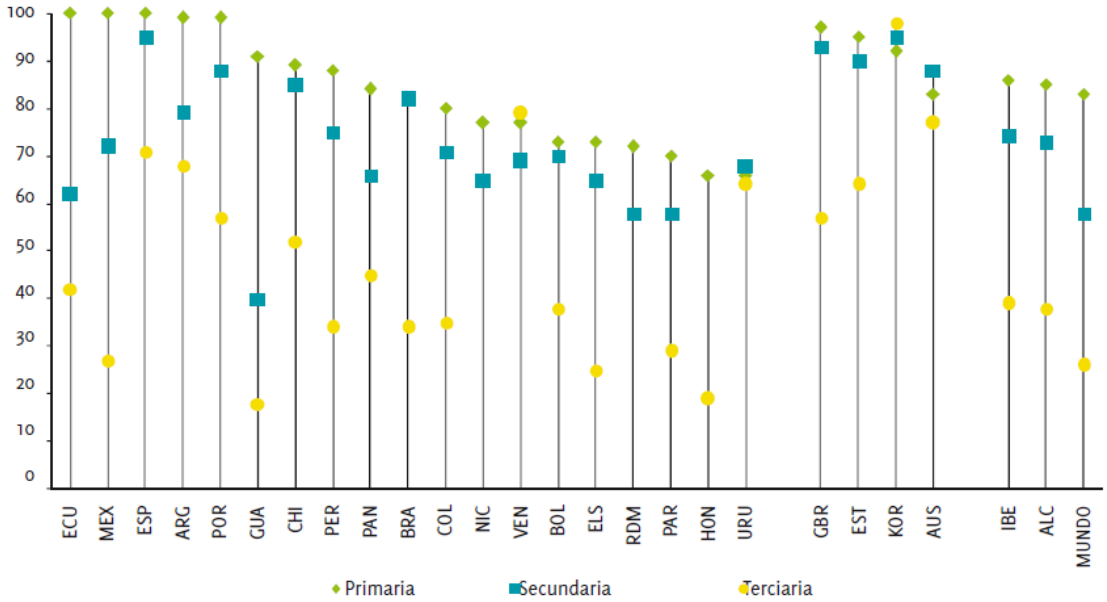


Fuente: Informe sobre la educación superior en Iberomerica- 2011 Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) y Universia (p.66)

> "Durante las últimas décadas, Iberoamérica viene aumentando su capital humano; no obstante, éste se halla aún por debajo de lo exhibido por los países desarrollados. Mientras en éstos últimos, el capital humano de la población de 15 años o más se sitúa en torno a 12 años promedio de escolarización, en Iberoamérica sólo tres países superan 10 años de escolarización promedio (Cuba, España y Chile). Aquellos que experimentaron un mayor incremento durante las últimas cinco décadas (Brasil, El Salvador, Honduras, México y Bolivia) triplicaron los años de escolarización promedio en su población". (Bruner & Ferrada Hurtado, 2011, p.66).

- Inequidad en el acceso a la Educación Superior

Gráfico 9. *Formación Inicial del capital humano. Tasa de matrícula por nivel educativo en porcentaje (alrededor del 2008).*



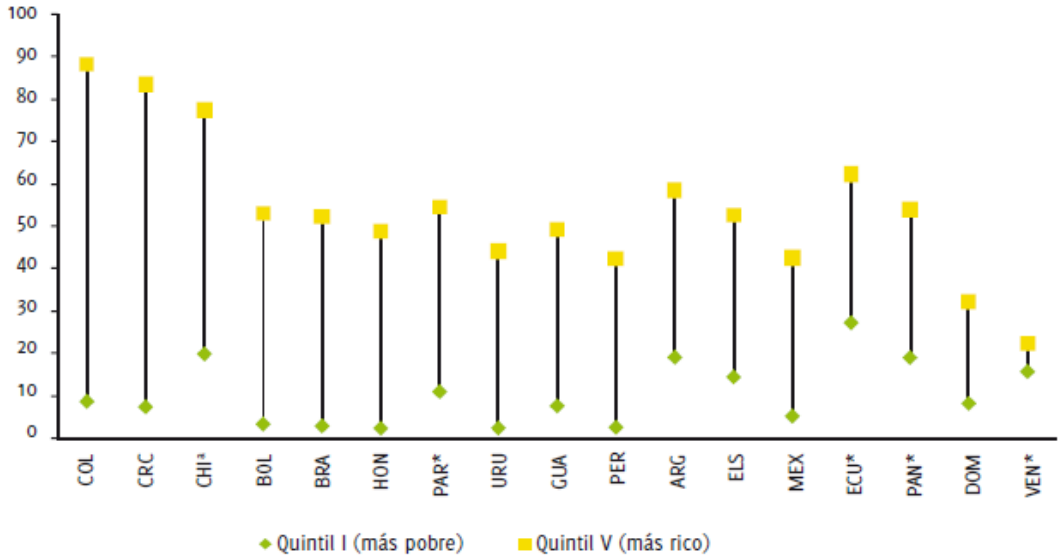
Fuente: Informe sobre la educación superior en Iberomerica- 2011 Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) y Universia (p.70)

La amplitud de la base formativa del capital humano tiene que ver inicialmente con la cobertura de los sistemas educacionales. Mientras la mayoría de los países incluidos en este Gráfico alcanza tasas de participación superiores al 85% en el nivel de educación primaria, en algunos de ellos esta proporción cae a 65% o menos en el nivel secundario. En efecto, la tasa de matrícula neta promedio de los países de Iberoamérica corresponde a 86 % y 74%, respectivamente, en estos dos niveles. La disminución de la tasa de participación continúa en el nivel terciario: corresponde, en promedio, a 39% en los países iberoamericanos, mientras que en algunos países representa un cuarto o menos de la población, como ocurre en México, El Salvador, Honduras y Guatemala. En este nivel, sólo Venezuela, España, Argentina y Uruguay observan tasas

de participación similares a las de los países desarrollados de comparación. (Bruner & Ferrada Hurtado, 2011, p.70).

Si un país o una región quieren crecer, ser más competitivos, superar la pobreza, contar con mayores niveles de cohesión y participación social y facilitar la gobernabilidad, deben necesariamente fortalecer el capital humano y para ello son decisivas las instituciones de educación superior y sus ofertas académicas. Por eso, la Funlam y sus pregrados se convierten para Medellín y las regiones circundantes en una posibilidad de crecimiento para su capital humano y social.

Gráfico 10. *Cobertura de educación superior por quintil de ingreso en porcentaje. Alrededor de 2009.*



Fuente: Informe sobre la educación superior en Iberomerica- 2011 Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) y Universia (p.168)

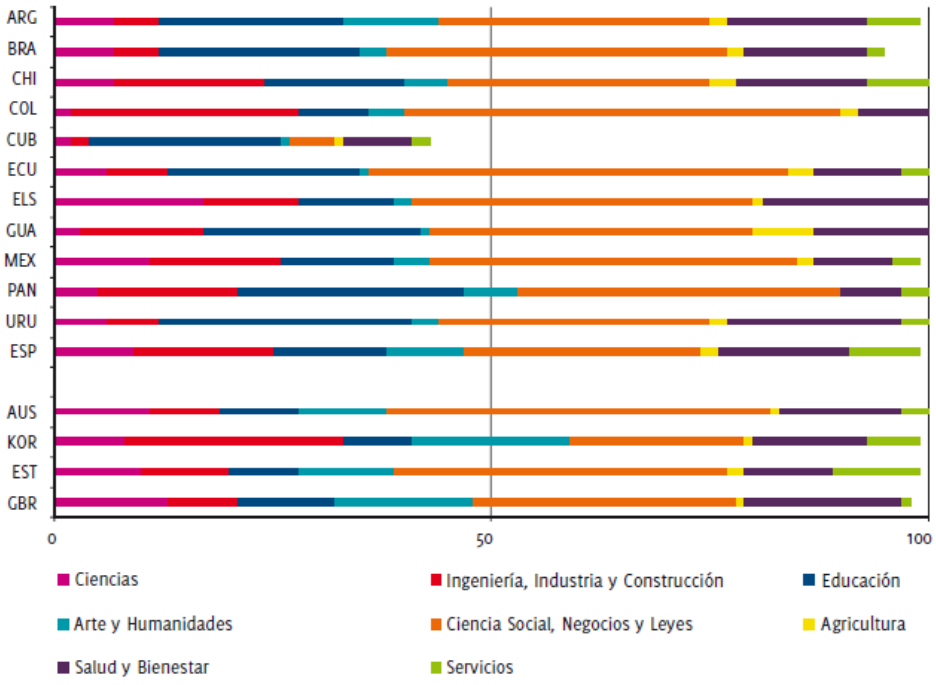
"Tal como fuera consignado en el Informe de 2007, y en los actuales Informes Nacionales 2011, la distribución de oportunidades de participación en la educación superior se halla fuertemente condicionada por el origen socio-económico de las y los estudiantes. Así, la brecha entre el grupo más rico y el más pobre alcanza a cerca de 80 puntos en el caso de Colombia y a menos de 8 puntos en Venezuela, debiendo sin embargo considerarse las tasas brutas de participación de cada país (C.1.6).

(…) La participación en la educación superior del quintil más pobre fluctúa en América Latina y el Caribe entre 27% y 2%. Los países con mayor participación de personas provenientes de hogares de menores recursos son Ecuador, Chile, Argentina, Panamá y Venezuela y, en el otro extremo, se ubican Honduras, Uruguay, Perú y Brasil". (Bruner & Ferrada Hurtado, 2011, pp.168-169)

En Colombia la participación en la educación superior del quintil más pobre es de 8.5%. Y pese a las políticas educativas actuales para acortar esta inequidad, es un hecho que son los sectores de más altos ingresos quienes más acceden a la educación terciaria. Por ello, es de vital importancia para el país la existencia de instituciones de calidad, que como la Fundación Universitaria Luis Amigó, oferten programas de educación superior con costos más asequibles para este grupo poblacional.

- Áreas de conocimiento preferidas

Gráfico 11. *Países seleccionados: distribución de graduados de la educación superior por áreas de conocimiento. Alrededor del año 2008 (en porcentaje).*

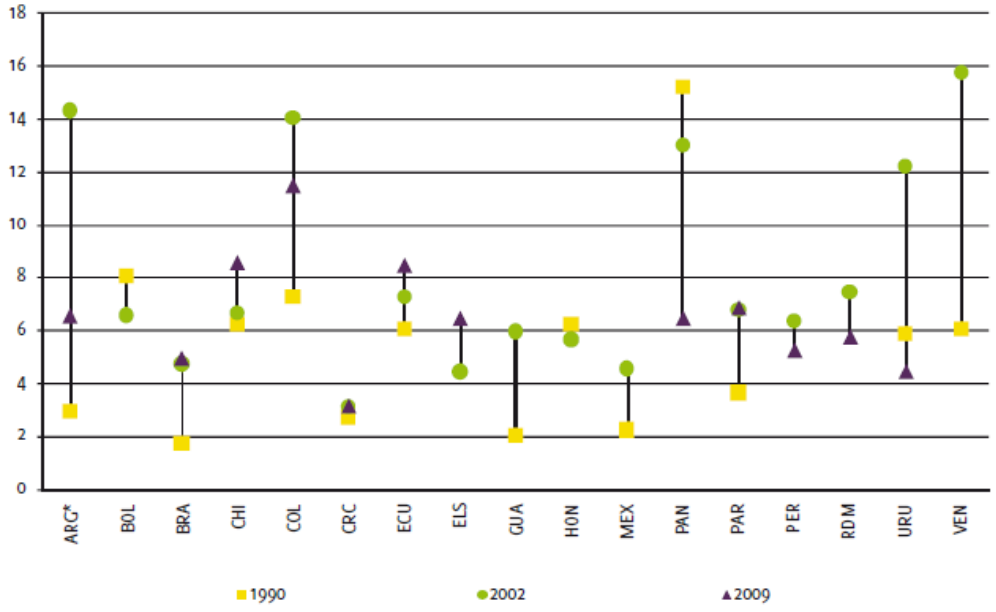


Fuente: Informe sobre la educación superior en Iberomerica- 2011 Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) y Universia p. 248

"La distribución de los graduados según área del conocimiento refleja la distribución de la matrícula de la educación superior en cada uno de los países (C.3.3). En Iberoamérica, los graduados tienden a concentrarse, preferentemente, en las carreras de ciencias sociales, negocios y leyes; educación y salud y bienestar. A excepción de Cuba, más del 60% se gradúa en estas áreas. Los casos más ilustrativos corresponden a Uruguay y Ecuador, con un 80% de graduados anuales en dichas áreas del conocimiento. Por su parte, en los países de comparación internacional la graduación en el área de Artes y Humanidades es casi tres veces superior a la de los países de Latinoamérica". (Bruner & Ferrada Hurtado, 2011, p.248)

- Empleo y desempleo

Gráfico 12. *Tasa de desempleo abierto en la población con 13 o más años de educación, años 1990, 2002 y 2009.*



Fuente: Sobre la base de CEPAL, Panorama Social América Latina 2010.
* Datos corresponden al Gran Buenos Aires

Fuente: Informe sobre la educación superior en Iberomerica- 2011 Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) y Universia (p.251)

> “A lo largo de las dos últimas décadas, la cifra de desempleo para las personas con 13 o más años de educación ha oscilado en los países de América Latina y el Caribe en una banda estrecha y baja en Costa Rica, México y Brasil; y en una banda estrecha e intermedia en Bolivia, Chile y Ecuador. En cambio, las fluctuaciones han sido más intensas en los casos de Argentina, Colombia, Panamá, Uruguay y Venezuela.
>
> En casi todos los países (…), las personas con mayor nivel de educación tienen mejores probabilidades de hallarse empleadas que aquellas personas con niveles inferiores de educación. En efecto, dentro de la cifra total de desempleo entre un 4% y un 38% de los desempleados corresponden en Iberoamérica a personas con educación superior, situándose la cifra promedio en torno a un 12%”. (Bruner & Ferrada Hurtado, 2011, pp. 250-251)

De las generalidades de la Educación Superior es importante especificar ahora, el estado de los programas de Comunicación, Periodismo y afines en el contexto Iberoamericano. Para ello El Programa de Comunicación Social de Medellín toma en cuenta las tendencias propuestas en el documento maestro: Libro Blanco de Comunicación Social (ANECA, Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2005), en el cual se presenta un detallado análisis que evidencia las necesidades, caracterizaciones, perfiles e inserción laboral adoptados en los títulos de esta disciplina en la Unión Europea. Y el mapa de los centros de formación de comunicadores y periodistas, así como un balance de los modelos de acreditación de calidad de los mismos (Unesco-Felafacs, 2009).

El Libro Blanco de Comunicación Social es un estudio que toma como referencia las universidades con programas en Comunicación de los países de Alemania, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Italia, Lituania, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia, Grecia y Países Bajos, lugares en los cuales los programas tienen una tendencia de perfiles hacia las licenciaturas en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.

Para el caso español se tomaron 40 instituciones entre públicas y privadas, en las cuales se sostiene que en lo referido

> “a la evolución de los estudios universitarios, éstos se han transformado de forma significativa en las dos últimas décadas. El caso español es un referente tanto a nivel europeo como iberoamericano, por haber sabido articular los contenidos transversales, metodológicos y hermenéuticos que provienen del núcleo teórico del campo de las Ciencias de la Comunicación, con las competencias y habilidades derivadas de los diferentes entornos profesionales, a su vez en constante transformación como consecuencia de la expansión y generalización de las tecnologías de la comunicación en la forma de recopilar, organizar, producir y difundir información y entretenimiento". (ANECA, 2005)

El Libro Blanco desarrolla cuatro perfiles de las licenciaturas enunciadas anteriormente. En cuanto al Periodismo el perfil es de redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte, redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional, investigador/a, docente y consultor/a de comunicación y gestor/a de portales y editor/a de contenidos.

En Comunicación Audiovisual los perfiles considerados son los siguientes: director/a y realizador/a audiovisual, productor/a y gestor/a audiovisual guión audiovisual y diseño de producción y postproducción visual y sonora.

En cuanto a la titulación en Publicidad y Relaciones Públicas, los perfiles son: Director/a de comunicación, investigador/a y consultor/a estratégico en publicidad y relaciones públicas, investigadores/as, planificadores/as y compradores de comunicación medios, creativo/a y diseñador/a y gestor/a de comunicación corporativa. También se ocupa de la reputación corporativa, en función del grado de cumplimiento de sus compromisos en relación con los públicos implicados.

Ahora bien, en relación con el número de matriculados en España, según este estudio, hacia 2002, eran 33.000 estudiantes y 5.374 egresados.

Otro aspecto que trata el Libro Blanco es la inserción laboral de los licenciados en periodismo desde el punto de vista de la demanda de profesionales se investiga qué

necesidades presentes existen en el sector y cuáles son las tendencias para el futuro (ANECA, 2005).

> “Las cifras globales para el conjunto de España que aporta la encuesta CHEERS (1998) sólo hacen referencia a la licenciatura de Periodismo, pero como son el colectivo más numeroso dentro del ámbito de la Comunicación, cabe comentarlas: cuatro años después de terminar la carrera (datos referidos a 1998), la tasa de actividad de los licenciados en Periodismo era del 90,9 %, dentro de lo cual, un 7,8 % corresponde la tasa de paro […] El 9,9 % que faltaría para completar el 100 % representa a los que continuaron estudiando y a los que se retiraron del mercado laboral.
>
> […] El estudio del IVIE publicado en el año 2002, en el cual sí encontramos algunos datos referidos a Comunicación Audiovisual, describe una situación curiosa acerca de esta última titulación: su tasa de actividad es inferior a la media, pero su tasa de paro equivale a la totalidad de los graduados en activo, lo cual sitúa a este grupo de profesionales en el nivel más bajo de todo el grupo de licenciados encuestados.
>
> […] En cuanto a la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, los datos los facilita la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB y son referidos a los licenciados en el año 2000: el 82,4 % de los licenciados declaró estar trabajando, frente a un 17,6 % que no, cifra de inactivos o parados bastante elevada” (ANECA, 2005, pp. 152-153).

En cuanto a las tendencias el estudio propone con buenas perspectivas la prensa digital y los gabinetes de comunicación; y profesionales con una "amplia formación de base, capacidad de comunicación y divulgación de contenidos"(ANECA, 2005, p. 162). Y en lo referente a las competencias de estos profesionales considera:

- La capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos;
- Gestor de portales y editor de contenidos;
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales, en sus modernas formas combinadas, nuevos soportes digitales;

- Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas;

- Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos.

Se destaca que el Libro Blanco, contempla perfiles muy desde la formación clásica en comunicación social. Y en relación con la formación pregraduada no propone énfasis como los de la comunicación-educación. Situación que llama la atención, al pensar que en contexto internacional, España, es un país que abandera las propuestas comunicativas-educativas y es un referente internacional sobre esta temática.

Ahora bien, en el contexto latinoamericano el campo de la comunicación confluye, según Raúl Navarro, en un mismo punto: la generación de conocimiento científico sobre los fenómenos sociales, la acción política para transformar esos mismos fenómenos y la inclusión de las nuevas tecnologías de la comunicación con un énfasis en los medios masivos (Fuentes Navarro, sf, p. 9). En un primer momento, esta tendencia se orientó al uso de los medios de comunicación como herramientas educativas para la modernización y, posteriormente, como agentes de socialización, de fortalecimiento de lo público y como mediadores sociales y culturales.

Fuentes Navarro sostiene que estas circunstancias y retos han determinado que la comunicación se centre más en problemáticas concretas y focales como son: los procesos de mediación en la sociedad, las relaciones de comunicación internas en las organizaciones (públicas y privadas), el papel de la comunicación como factor de cambio y de educación, la responsabilidad ética de los medios, la comunicación como factor de cambio social desde los micro espacios comunicativos y la interpretación de los nuevos escenarios simbólicos de nuestro tiempo.

En América Latina se cuenta con 1.742 instituciones que forman comunicadores sociales y periodistas, según el estudio de la Unesco y la Felafacs, en el cual se propone un mapa de los centros de formación de comunicadores y periodistas, así como un balance de los modelos de acreditación de calidad de los mismos (Unesco-Felafacs, 2009). El estudio divide a Latinoamérica en cinco regiones: Centroamérica y Caribe (Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana), México, Cono Sur (Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay), Países Andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) y Brasil.

El documento presenta tres aspectos sobre los cuales se debate desde el punto de vista teórico de la enseñanza del periodismo y la comunicación:

- El estatuto epistemológico de la comunicación, los sistemas organizativos universitarios y el mercado laboral. En la parte epistemológica se presentan dos corrientes para unos

  > "la comunicación no tendría ni objeto de estudio ni métodos de indagación propios, por lo que representaría una rama específica de otros campos disciplinarios. La consecuencia derivada de ello sería la dificultad para acceder a fondos de investigación y como consecuencia, explicaría la escasa producción de investigaciones en comunicación. Para otros, más bien la comunicación representaría una "súper disciplina" (Martino, 2003, 84), capaz de plantear nuevas preguntas de investigación y nuevos temas interdisciplinarios; lo que llevaría a su enriquecimiento conceptual" (Unesco-Felafacs, 2009, p. 22).

- La sociedad de la información y la brecha digital**.** El cuestionamiento a este respecto es cómo las instituciones de Comunicación responden a las nuevas tecnologías, en los procesos de educación de la profesión y de la exclusión digital.

- La globalización y los vínculos Universidad-Empresa. Frente a la globalización algunas instituciones plantean su formación enfocada al mercado, y otras presentan una orientación más académica y humanística.

Pero en general el estudio argumenta que las instituciones de enseñanza de la comunicación y el periodismo a pesar de los cambios sociales, políticos y económicos que se han tenido en cuenta para plantear sus propuestas de formación no satisfacen la demanda del mercado laboral, los intereses de los estudiantes, las competencias y los recursos para la enseñanza (López Segrera 2006, 21-30).

Otro aspecto tratado en el documento indica que "la oferta laboral para egresados de Comunicación y Periodismo parece ser bastante diferenciada por regiones y países.

Sin embargo, podemos colegir que un sector reducido de egresados en América Latina accede a puestos de alta productividad; estando en mejores condiciones los egresados de universidades privadas o de universidades públicas antiguas o las que cuentan con sólidos contactos con el mundo empresarial" (Unesco-Felafacs, 2009, p. 15).

En cuanto a la discriminación por regiones, el Cono Sur, presenta sus egresados orientados a la gestión comunicacional para empresas, consultoras, entidades gubernamentales, poderes locales, organizaciones políticas e incluso entidades de la sociedad civil y la demanda está dada hacia el sector empresarial. En México, la oferta tiende a la producción de perfiles profesionales de comunicadores muy diversos y los demanda viene en descenso por la aparición de nuevos programas en diseño digital, comunicación multimedia, producción televisiva, entretenimiento, relaciones públicas, cine, comunicación y cultura, y tecnología educativa, entre otras.

El mismo estudio en lo referente a la Región Andina, sostiene que "los egresados de comunicación deben competir en desventaja con administradores, especialistas en marketing e ingenieros industriales" (Unesco-Felafacs, 2009, p. 15); se agrega además que hay pocos canales para entender los nuevos intereses de los estudiantes, sus expectativas de desarrollo y de crecimiento. En la región Centroamérica y el Caribe, sus "egresados no logra conseguir puestos de trabajo acordes a su formación en comunicación o periodismo; empleándose en puestos vinculados a las ventas, mercadeo, relaciones públicas y gestión de imagen, entre otras"(Unesco-Felafacs, 2009, p. 15).

En la región Brasil se han desarrollado proyectos de integración entre la enseñanza y el área profesional, principalmente en periodismo, publicidad, relaciones públicas, cine y audiovisual. Se asegura que los egresados tienen relativa facilidad para ubicarse en el mercado laboral, debido a las disposiciones de la Corte Suprema de Justicia de Brasil, que indica la clara preferencia por la contratación de comunicadores y periodistas profesionales.

De otra parte, en el mismo documento se argumenta que

> "la tendencia de las universidades es a vincularse con el exterior (...) sin embargo, en América Latina y en especial en la Región Andina este elemento no ha sido un componente importante en la formación de los

> comunicadores. Las facultades de Comunicación empiezan progresivamente a incorporarse a redes y comunidades académicas (primero nacionales y luego internacionales); lo cual ocurre en todos los países de la región"(Unesco-Felafacs, 2009, p. 59).
>
> (...) "Se evidencia un avance muy significativo en la incorporación de nuevas tecnologías y en la necesidad de estar al día en los cambios, en especial en las universidades privadas"(Unesco-Felafacs, 2009, p. 60).

En el análisis, la demanda social exige profesionales y periodistas responsables con una altísima formación ética, frente a valores universitarios muy diferenciados, sobre todo por parte de los centros de enseñanza nuevos cuyo propósito es exclusivamente económico y que han perdido de vista el sentido de la formación humanística.

5. GESTIÓN DEL CURRÍCULO

5.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (MONTOYA RAMÍREZ, 2014)[2]

Asumir la formación de profesionales desde el campo de la comunicación social con énfasis en comunicación-educación implica acercarse a dos ámbitos teóricos complejos atravesados por múltiples discusiones en torno a sus definiciones, objetos de estudio y cientificidad.

Estos debates, aún sin respuesta, han llegado a posturas a veces extremas que desvirtúan el estatuto epistemológico de la comunicación social y de la comunicación-educación y que desconocen las construcciones científicas y teóricas de décadas.

Aunque es clara la triple condición de la comunicación como campo académico-científico, profesional y educativo,

> al ser objeto cognitivo y práctica profesional, y al ser denominación de un campo de formación y, simultáneamente, de un campo académico generador de conocimientos, la comunicación se encuentra en una especie de encrucijada. Si a ello añadimos la propia ambigüedad del término de comunicación, que como hemos visto ha dado lugar a múltiples definiciones, en ocasiones encontradas, la confusión se acrecienta. A decir de Fuentes (2001a: 10), "esta ambigüedad original del concepto de comunicación, que es más que una dificultad de lenguaje, ha condicionado su estudio". El mismo autor recupera a Piaget para aseverar que la comunicación padece de una dualidad epistemológica: "el sujeto humano interviene como investigador de fenómenos de los cuales es también actor" (Fuentes, 2001a: 10); o dicho de otro modo, la tensión esencial de la comunicación es ontológica, pues "su objeto es un factor constitutivo de lo humano, y al mismo tiempo un instrumento para la consecución de fines

[2]La compilación teórica del apartado 5.1 de este PEP fue realizada en el 2014 por la docente Nélida María Montoya Ramírez como parte de su labor como docente del Programa de Comunicación Social de Medellín. Este texto también hace parte de la producción del marco teórico de la tesis que está elaborando para su doctorado.

> particulares, histórico-sociales determinados" (Fuentes, 2008a: 77). (Rizo García, 2012, p. 28)

A lo anterior, se aúna el socio-centrismo y el media-centrismo, extremos en las prácticas académicas que apuntan a la formación de sociólogos de la comunicación o a expertos en medios, y que han dejado de lado propuestas más interdisciplinarias que equilibren estas visiones.

Frente a este panorama de fragmentación y discusiones que puede generar la idea de debilidad en estos ámbitos temáticos, el Programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó - Sede Medellín, encuentra oportunidades de desarrollo en las actuales discusiones epistemológicas sobre la comunicación social y su entrecruce con lo educativo y para aprovecharlas, realiza una vigilancia permanente del entorno teórico y científico con el fin de fortalecer los basamentos del Programa.

A continuación, se presenta una síntesis de los lineamientos teóricos que ha seleccionado este Pregrado para su sustentación conceptual, los cuales derivan del panorama teórico actual de la comunicación social y de la comunicación educación; sin embargo, se deja abierta la posibilidad de complementar y/o actualizar esta conceptualización siempre que el entorno teórico y social lo requieran.

5.1.1 Fundamentación teórica de la comunicación social

El Programa de Comunicación Social de Medellín, reconoce que las múltiples acepciones de la comunicación, o la consideración que todo es comunicación, acercan este concepto a la ambigüedad, incluso a la nada. Igualmente, se tiene claro que la formación de un profesional en este campo no puede estar intencionada sólo con las concepciones de comunicación que la equiparan a lo mediático y dejan de lado la definición primera de lo comunicativo, asociada a la voz latina "*communicare*" que hace referencia a la unión, a la puesta en relación y al compartir algo.

Por tal razón, este Programa académico está alineado en torno a conceptualizaciones de la comunicación social que integran la esencia humana y social de este término con las mediaciones que al mismo tiempo estructura y protagoniza.

En suma, se propone que la comunicación

> Es la base de las relaciones sociales. Los procesos de comunicación implican, antes que cualquier otra cosa, interacciones entre sujetos distintos que, en aras de comprenderse, establecen vínculos en el mundo de la vida cotidiana. Estos vínculos no son otra cosa que acciones encaminadas al reconocimiento del otro, con quien interactuamos a partir de nuestra propia cosmovisión y al cual reconocemos el carácter de persona similar a uno mismo (Rizo, 2011: 362). (Rizo García, 2012, pp. 23-24)

Estas interacciones comunicativas en el entorno social se asumen desde una postura crítica que comprende a la comunicación como un proceso complejo en el cual la armonía y la transparencia se alejan porque en el acto comunicativo confluyen los seres humanos con sus subjetividades, conflictos e intencionalidades.

La comunicación es inherente al sujeto y es gracias a ella que el ser humano logra expresar y llenar de sentido sus ideas, pensamientos, sentimientos, su vida. La interacción comunicativa, en los entornos actuales, se aleja del tradicional esquema lineal: emisor- canal- mensaje-receptor, e incluso de lo que algunos denominan proceso circular de doble vía con retroalimentación o *feedback*.

Lo comunicativo es más bien espiralado (la denominada “circularidad dialéctica de la comunicación”), y en esta sucesión creciente e infinita de acontecimientos, la emisión y la recepción no son cuestiones de alternancia, sino de simultaneidad; por eso, al acto comunicativo le dan vida participantes, seres humanos que comparten contenidos, palabras, gestos, objetos, acciones, proxemia, entonación, desde referentes significativos propios en los cuales confluyen subuniversos de sentido, códigos lingüísticos, cognitivos, afectivos, autoconceptos y principios éticos que determinan hasta donde llega el compromiso de lograr el entendimiento con el otro.

Como parte de lo social los medios de comunicación, también se integran con este universo comunicativo. Y por medio de ellos la comunicación pasa a ser constitutiva de la producción cultural, porque ella hace circular y colectivizar sentidos, concepciones, significaciones y formas simbólicas, que contribuyen a transformar los conocimientos, las

actitudes y los valores frente a la vida, lo cual impacta los procesos formativos de los sujetos sociales

De esto deviene que la comunicación social también se centre en estudiar a los medios de comunicación porque a través de ellos las formas simbólicas sociales son producidas, transmitidas y recibidas.

Después de estas definiciones iniciales es importante señalar que la comunicación social, nació como objeto de estudio a principios del siglo XX y se consolidó, aún como objeto, a mitades de ese mismo siglo. Sin embargo, hoy, más de cinco décadas después, la comunicación social sigue siendo un objeto sin una teoría consolidada que lo aborde con solidez. Razón por la cual, su estatuto epistemológico continúa en la indeterminación (Rizo García, 2012, p. 24)

La comunicación social, como objeto de estudio, se debate entre quienes quieren enmarcarla como disciplina, ciencia, campo de conocimiento, interdisciplina o transdisciplina. Frente a esta realidad, el Programa de Comunicación Social de Medellín partirá de los acuerdos provisionales que se han planteado en los últimos años sobre este estatuto. Por tal razón, este Programa académico tiene claro que el "fenómeno comunicativo es, sin duda, interdisciplinar, pues sobre él (unidad) se han investigado, reflexionado e interpretado múltiples cuestiones (diversidad). Prueba de ello es la multiplicidad de perspectivas desde las cuales se ha abordado el fenómeno" (Rizo García, 2012, pág. 26).

Además la

> comunicación está más cercana al concepto de campo: "un campo de conocimiento desde el cual se puede comprender, interpretar e intervenir a múltiples niveles los procesos de interacción y significación a través de la creación, circulación y usos de medios y tecnología y de formas simbólicas con multiplicidad de perspectivas: social, cultural, ética, política, estética y económica, entre otras" (Pereira, 2005: 421)." (Rizo García, 2012, pág. 25).

Igualmente, se comprende que la comunicación social no cumple aún con todos los requisitos que las concepciones actuales determinan para ser denominada disciplina, ciencia o transdisciplina.

> Hay que tomar en cuenta que para que un conjunto de conocimientos se constituyan como disciplina debe haber claridad y precisión en el objeto de estudio, algo que no sucede con la comunicación, por la propia dispersión y multiplicidad de significados que el término “comunicación” connota” (Rizo García, 2012, pág. 25).

De la misma manera para “que un conjunto de conocimientos se constituyan como ciencia se requiere la búsqueda de una verdad universal como valor supremo; la verificación empírica o contrastación con el mundo real y natural, y la objetividad” (Rizo García, 2012, pág. 25). La comunicación social no cumple a cabalidad con estas condiciones.

En cuanto a lo transdisciplinar el campo de la comunicación no alcanza todavía este nivel. Lo transdisciplinar refiere “a lo que simultáneamente es entre las disciplinas, a través de las disciplinas y más allá de toda disciplina. (…) la transdisciplina” (Rizo García, 2012, pág. 26).

> Por analogía con la música, la **interdisciplina** puede entenderse como polifonía, esto es, como **diversidad en la unidad**, mientras que la transdisciplina tiene su par en la sinfonía, **unidad en la diversidad,** es decir, en la pretensión de articulación total (Múnera, 2010: 15).

En conclusión la

> comunicación es un objeto de estudio compartido por varios campos del saber. Parafraseando a Sánchez Ruiz (1997), la comunicación no tiene ni ha tenido un campo disciplinar propio, sino un *dominio* de estudio, más o menos común, alrededor del cual se ha conformado el campo sociocultural. (Rizo García, 2012, pp. 26-27).

Pero más allá de estos puntos divergentes y convergentes, el Pregrado de Comunicación Social de Medellín se apuntala en las fortalezas de la comunicación social, las cuales se han estructurado a través de años: un tejido de teorías e investigaciones avaladas por diferentes autores que hoy perfilan a este campo en el camino de consolidar su estatuto epistemológico.

Por tal motivo, es valioso presentar a continuación una síntesis histórica de las tendencias internacionales más relevantes de los estudios en comunicación (Afacom, 2004, pp. 16-38):

- **Teoría de la información y funcionalismo.** Este enfoque positivista de las Ciencias Sociales determinó la configuración del discurso teórico de la comunicación en sus inicios. Aquí ésta se traduce en una operación de transmisión de cierta información y las características del proceso están orientadas por la sencillez en el manejo del código lo cual permite la recepción clara del mensaje. Esta postura concibe la comunicación como un proceso lineal, verificable e incluso medible, que se traduce en la ordenación de una cadena de datos y su movilización hacia otro destino. Corresponde a una perspectiva lineal, efectista e instrumental de lo comunicativo.

- **Teoría crítica.** La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Marcuse y desde otras perspectivas Benjamin, Foucault, Gramsci y Habermas, entre otros) al estudiar el impacto de los medios de comunicación en la sociedad buscó denunciar los procesos de dominación y alienación en los que la comunicación es protagonista. Para la Escuela Crítica, la comunicación es una herramienta del poder. El interés primordial de esta escuela es

> estudiar la comunicación como reveladora de una ideología, se centra sobre las estructuras significativas, aquellos estamentos que contribuyen a generar o reforzar los modos de concebir el mundo. En esta perspectiva se estudian temáticas como: el conflicto social, el problema del poder, la dominación, la falta de participación, el surgimiento de la industria cultural y el fenómeno de la alienación cultural al cosificar al hombre. La teoría crítica de la comunicación pretende develar permanentemente la ideología y explicar las implicaciones de los diversos contenidos de los medios de comunicación y sus contextos (Afacom, 2004, p. 20).

- **Las posturas estructurales: significación y producción de sentido**. A finales de la década de los sesenta, del siglo pasado, en el campo de la comunicación apareció una nueva forma de asumir las preguntas. Desde un enfoque más hermenéutico, el discurso de la comunicación se inclinó hacia una postura interpretativa de la realidad y del hombre. Aquí empezó la pregunta por el sentido, por los signos y por los textos. La

comunicación se convirtió en la acción dadora de sentido, en producción simbólica, intercambio simbólico, desciframientos y ocultamientos. Ya no sólo el trabajo sino también el amor, el deseo, la risa, el comer y hasta enterrar a los muertos. Toda actividad humana se relacionó con un trasfondo de orden comunicativo. El hombre es el ser simbólico. En esta perspectiva la investigación (Saussure, Levi-Strauss, Piaget, Pierce, Barthes, Greimas, Eco, Baudrillard, Verón, Metz, Garroni, Prieto, entre otros) en comunicación puso énfasis en el estudio de los lenguajes y en las posibilidades de combinar y articular los signos.

- **La comunicación desde la perspectiva sociocultural.** Como campo de reflexión y de investigación esta comunicación se nutrió de los estudios culturales ingleses, los estudios culturales norteamericanos y, por supuesto, la tradición investigativa en comunicación de América Latina. De autores de la sociología de la cultura como: Williams, Bourdieu, De Certeau, Geertz, Jameson, Lull y de autores latinoamericanos como Martín-Barbero, García Canclini, Ortiz, Ianni, Piscitelli, Brunner, González, Orozco, Fuenzalida, Ford y Reguillo, entre otros. Los estudios de comunicación desde la perspectiva cultural, a juicio de Jesús Martín-Barbero (Afacom, 2004, p. 23), presuponen que los procesos de interacción, transmisión, mediación y significación deben estudiarse, desde los problemas y operaciones del intercambio social, esto es, desde las matrices de identidad y los conflictos que articula la cultura. Lo que implica, en palabras del autor, recuperar la historia de los procesos culturales en cuanto articuladores de las prácticas comunicativas.

- **La sociedad de la información y el contexto de globalización.** Pensar el campo de la comunicación en el mundo contemporáneo, implica remitirse, como marco general de análisis, al fenómeno de la globalización que concierne a la sociedad mundial en su totalidad y afecta los órdenes económico, político y cultural de todos los países; ya que los procesos estructurantes de la economía, de la tecnología y de la comunicación están cada vez más globalizados. Bajo esta perspectiva asistimos a una nueva manera de comprender la comunicación: como red, tejido, interacción e interconexión, que se constituye en fundamento de la cultura y la interacción humana. En este ámbito (Mcluhan, Castells, Ellul, Matelartt, Debray, Tremblay, Ortiz, Martín Barbero, García Canclini, Piscitelli, entre otros) la investigación centra su atención en los modos como las tecnologías han dejado de ser analizadas solo como instrumentos y herramientas, y han empezado a ser comprendidas como mediación social y cultural en la

construcción de imaginarios, identidades colectivas, como escenario de reconocimiento, luchas y resistencias.

El campo de la comunicación convoca pues múltiples discursos que se van hibridando, que van abriendo paso a nuevos modelos que sintetizan posturas, que releen paradigmas. Es importante señalar que las teorías de la comunicación se inscriben en el escenario de la crisis de los grandes relatos, que no es otra cosa que la crisis de la modernidad. Preguntas que se instauran en terrenos en movimiento. El campo de la comunicación afecta y es afectado por las nuevas preguntas que se producen en zonas de fronteras de las disciplinas que lo atraviesan. Es un campo de «tejido complejo» *(complexus: lo* que está tejido en conjunto) de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados donde se presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple. A juicio de Edgar Morin, las complejidades, el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones, azares que constituyen nuestro mundo fenoménico (Afacom, 2004, p. 28).

Los debates actuales de la ciencia, las estéticas y, por supuesto, las Ciencias Sociales y Humanas implican un enorme desafío para pensar y hacer comunicación. Desde los planteamientos fundacionales hasta los nuevos desafíos del paradigma de la complejidad, de las estéticas, las subjetividades, la inestabilidades y las incertidumbre del hoy, la investigación en comunicación enfrenta la necesidad, como sostiene el brasilero Renato Ortiz, “de crear tanto nuevos conceptos y nuevas maneras de ver, como otros métodos que den cuenta de los cambios socioculturales de la contemporaneidad, lo que permite construir globalmente algunos de los objetos de estudio” (Miguel Pereira, 2005, p. 6).

Al revisar la anterior síntesis internacional queda en claro que la tendencia de los estudios de comunicación social se han centrado, principalmente, en los medios de comunicación. Por eso, resulta relevante para este Pregrado, que quiere estructurarse desde una visión que integre los extremos socio céntricos y media céntricos, incluir en su fundamentación conceptual algunas de las generalidades de la comunicología.

Según Jesús Galindo Cáceres (2005) este movimiento, mejor denominado: Hacia una Comunicología Posible, lleva casi 80 años de desarrollo y emergió en el “ambiente intelectual y político en los Estados Unidos allá por el periodo de entreguerras, en los

años en que se gestaba la Segunda Guerra Mundial y la migración de cierta inteligencia europea" (p. 9) enriquecía a esta nación.

Para este teórico mexicano,

> la comunicación aparece así como un campo posible de configuración de nociones, visiones, percepciones, y de intenciones, operaciones, acciones. Ciencia y tecnología, la forma teórica de la comunicación, la Comunicología posible, y la forma práctica-constructiva, la Comunicometodología posible. (Galindo Cáceres, 2005, p.8)

Así como en apartados anteriores, este movimiento sabe que la comunicación es un espacio conceptual amplio y confuso, característica que le resta en cientificidad. Hay comunicólogos, pero no comunicología. Los comunicólogos son estudiosos de un campo nombrado como comunicación; por ello la necesidad de fundar una comunicología posible. (Galindo Cáceres, 2005, p.10)

> En un gran trazo general de la trayectoria del campo académico de la comunicación, se podrían identificar tres grandes etapas: una que cubre los años treinta y cuarenta, otra que incluiría de los cincuenta hasta los setenta, y una tercera con la historia de los últimos veintitantos años. Todo ese movimiento puede ser ahora percibido y organizado como antecedentes de la fundación de una Comunicología posible. Tarea que hoy podemos emprender. (Galindo Cáceres, 2005, p.10)

> La comunicación académica oficial está dividida entre los científicos sociales con ideología humanística y los creadores de mensajes con necesidades de dominio formal sobre los lenguajes y sus medios. Ante este escenario, en el que los medios de difusión masiva, la radiodifusión, el cine y la prensa, han sido el corazón de la trama académica, la síntesis de una Comunicología posible requiere de una gran inversión de energía en la inclusión de lo diverso a los medios con la centralidad de los medios, en un ejercicio conceptual que ordene desde lo general, siguiendo el patrón deductivo de la ciencia. No todo son medios, pero no hay Comunicología posible sin ellos. (Galindo Cáceres, 2005, p.11)

La comunicología trabaja por la construcción de una perspectiva de conocimiento científico, o por lo menos, de sistematicidad y coherencia a la comunicación. Lo cual supone aplicar esta perspectiva

> a una variedad heterogénea de textos y discursos, de objetos y puntos de vista. En un escenario radical de definición cerrada, la comunicación podría ser considerada sólo algo que excluyera a la mayor parte del contenido del corpus académico que se supone parte del tema. Eso ha sucedido sin una intención consensuada explícita con los medios de difusión masiva. Para muchos, en el campo académico, los medios son el único objeto legítimo y legal en el estudio de la comunicación. La interacción cara a cara y todo lo demás no mediático no es comunicación. (Galindo Cáceres, 2005, p.12)
>
> Los medios son esenciales para el campo académico, pero no son el único objeto de investigación posible ni ahora ni desde el principio del relato. Por tanto, se necesita la propuesta de un espacio conceptual que incluya a la mayoría de los objetos nombrados como de comunicación, y que por otra parte sea reconocido por otras perspectivas, desde la sociología hasta la deontología, como algo que se entiende como propio y específico, construido con un punto de vista distinto a los existentes, y que permite cierta claridad y mejor comprensión del mundo. (Galindo Cáceres, 2005, p.13)

Desde esta visión, Jesús Galindo Cáceres (2005) propone cuatro dimensiones básicas para percibir y entender mejor a la comunicación social en un espacio propio y específico. Estas dimensiones marcan límites para lo que es y lo que no es. Desde ellas es posible asumir los abordajes investigativos, teóricos y prácticos de la comunicación y tejer con estos principios constructivos articulaciones con las demás ciencias sociales sin perder identidad. Las cuatro dimensiones son las siguientes: expresión, difusión, interacción y estructuración.

> La *expresión* retoma todo lo que está asociado con lo que se llama “producir mensajes”, desde el acto mismo del habla hasta el diseño del contenido de una campaña publicitaria o un largometraje cinematográfico (…)

> La *difusión* construye el marco con el cual se mira a los medios de difusión colectiva y no tan colectiva. Todo lo que implica un fenómeno de paso de un sistema de información o sus partes de una entidad a otra está dentro de esta dimensión, ya sea que se comparta o que sólo se afecte. El cuerpo de objetos y asuntos que trata esta perspectiva es tan extenso y básico para la vida en sociedad, que puede ser una perspectiva de fondo para entender lo social, lo cultural y lo histórico. De ahí que ya exista un nombre para la ciencia que se encargaría de todo esto: la Mediología (…) (Galindo Cáceres, 2005, pp.13-14)
>
> La *interacción* es el corazón de una Comunicología posible. Aquí la pregunta es por la mutua afectación de dos o más sistemas organizados por el contacto, por la propia acción, y de las otras entidades (…)
>
> La *estructuración*. Si observáramos a un tetraedro miraríamos a un objeto con cuatro caras formadas por triángulos. Si lo asentáramos en una superficie y lo viéramos desde arriba, miraríamos a tres triángulos unidos en una punta. Ésa es la imagen de la estructuración. Las tres caras que se unen en una punta son la expresión, la difusión y la interacción, y la punta, por una parte, y la base en que están asentadas las tres caras, por otra, son la estructuración. En esta dimensión se unen las otras tres (…) (Galindo Cáceres, 2005, p.15)

Ahora bien, en cuanto a la configuración desde la formación profesional del campo de la comunicación social en América Latina, según el documento de Afacom (2004), este es reciente y se remonta a la

> tercera década del siglo XX, en el contexto de un escenario social conflictivo como es propio de la historia del continente y, simultáneamente, con el desarrollo de los medios masivos de comunicación. En ese contexto se fueron construyendo líneas de pensamiento y se crearon facultades y escuelas en las que coinciden las posibilidades de investigación y de formación académica y profesional. (Afacom, 2004, p. 33)

En este campo puede destacarse que se han trazado en América Latina “proyectos de orden político que tienen por objetivo la transformación social, bien sea desde escenarios

gubernamentales o desde posturas contestatarias y de resistencia al poder establecido. (Afacom, 2004, p. 33)

Desde el texto de Afacom (2005) pueden distinguirse para Latinoamérica cuatro grandes etapas en la formación de profesionales de la comunicación y en la investigación que ha rodeado estos procesos (Afacom, 2004, pp. 33-38).

- **Humanista (1934 - 1973).** Esta primera etapa está caracterizada por la gran influencia de un periodismo literario y político, aun cuando otras áreas de la actividad de la comunicación social ya tenían un camino hecho como las relaciones públicas, la radio y en menor grado la televisión. Era el periodismo escrito, la prensa, el eje de atención y, por ello, la formación se preocupaba en aportar una mirada enciclopedista de fuerte acento filosófico y culturalista. Esta tendencia se mantiene hasta los comienzos de los años setenta, en que CIESPAL (Centro Internacional de Estudios de Periodismo para América Latina) comienza a mostrar su incidencia tras dos décadas de trabajo sistemático, bajo la influencia de un pensamiento crítico marcado por las ideas desarrollistas y la propia teoría de la dependencia. Estas influencias generan un decisivo cambio en los enfoques de las escuelas de periodismo en Latinoamérica.

- **Ideologista y denuncista (1973 – 1988).** Como resultado de los cambios sociales en el contexto internacional, la polarización ideológica de la mal llamada Guerra Fría y la influencia de CIESPAL "aparecen nuevas facultades que se interesan por hacer contrapeso a la formación humanista y acrítica de las ya existentes. Se inicia una nueva tendencia que da por sentada la necesidad de abrir a juicios críticos la labor del comunicador social" (Afacom, 2004, p. 36).

- **Estructuralista y crítica al estructuralismo (1977- 1988).** Como puede observarse, hay una superposición temporal a la tendencia anterior, pero tiene una clara distinción. Si en la segunda mirada hay un decisivo peso hacia lo ideológico y lo político, en esta mirada de los abordajes académicos se da un retorno a un debate más filosófico. Por una parte la influencia estructuralista con todas sus derivaciones distanciará lo propiamente político para centrarse en una reflexión crítica a la teoría. Es el comienzo de un pensamiento propio ya iniciado por Eliseo Verón y Daniel Prieto Castillo y al que ahora se suman Jesús Martín- Barbero, Guillermo Orozco, entre otros y que son antecedentes de la etapa actual de un pensamiento que Armando Silva denomina

culturalista. El tratamiento de la comunicación se transforma con la entrada en escena de la semiótica que, en términos de Armando Silva, es la disciplina que le otorga coherencia teórica y madurez definitiva a la comunicación social. Por otra parte, en el plano teórico

> entran de manera oportuna todos los textos de la Escuela de Frankfurt y la línea del marxismo crítico presentará sus mejores balances, en contra de la ortodoxia comunista y partidista. H. Marcuse, J. Habermas, W. Benjamin, Horkheimer y T. Adorno, junto con M. Foucault, Castoriadis, o la corriente antisiquiátrica y la línea sicoanalítica son quizás las corrientes de pensamiento relevantes que se colocan contra el formalismo estructuralista." (Afacom, 2004, p. 37).

- **Culturalista (1985 – actualidad).** Este giro temático está muy asociado al tema de la llamada crisis de la modernidad y la entrada en una época postmoderna en América Latina. Esta fase, marcada por la crisis de las ideologías con el llamado fin de la Historia, nos lanza a una sociedad de la información y la globalización, con múltiples entradas y salidas de lo local a lo global y viceversa para nuestras sociedades. Esas circunstancias y retos han determinado que la comunicación se centre más en problemáticas concretas y focales como son los procesos de mediación en la sociedad, las relaciones de comunicación internas en las organizaciones (públicas y privadas), el papel de la comunicación como factor de cambio y de educación, la responsabilidad ética de los medios, la comunicación como factor de cambio social desde los micro espacios comunicativos y la interpretación de los nuevos escenarios simbólicos de nuestro tiempo. Muestra de este momento es cuando en 1992 se celebra en Brasil el I Congreso de Investigadores de Comunicación Social con un claro interés ya expresado antes por ALAIC, pero ahora con resultados ya consolidados sobre los problemas de la formación de los comunicadores en el marco de la globalización.

En medio de esta última etapa, nació en la sede de Medellín el primer Pregrado de Comunicación Social (1998) de la Fundación Universitaria Luis Amigó, que, en coherencia con lo culturalista, propuso como diferencial: la comunicación-educación. Y que recoge, además, en su trasegar los debates teóricos que se han expuesto en los apartados anteriores.

5.1.2 Fundamentación teórica de la Comunicación-Educación

Aunque implícitamente la relación vincular entre comunicación y educación ha existido siempre y puede considerarse inherente al sujeto individual y social, sólo en las últimas décadas se ha hecho una aproximación para leer, comprender y reflexionar sobre un campo, según Huergo,

> complejo, problemático, viscoso, con materiales blandos y escasas líneas de demarcación: un área pretendida por diferentes perspectivas teóricas y por diversos intereses prácticos; un territorio denso y opaco, donde suelen confundirse las prácticas sociales y sus ámbitos, las prácticas profesionales, las nociones y los conceptos (1997).

Para entender los desafíos que plantea éste ámbito teórico-práctico al que podría denominarse campo emergente, hay que trasegar por sus diferentes acepciones y tendencias teóricas, develar sus orígenes y esbozar las actuales discusiones que determinarán su desarrollo futuro.

Para contextualizar, este recorrido debe iniciarse por señalar el contexto social que ha hecho posible el planteamiento de este nuevo campo de conocimiento, prácticas e investigaciones: la comunicación-educación.

El hito histórico más importante es la crisis que la era de Gutenberg empezó a sufrir desde el advenimiento de la revolución tecnológica del siglo XX. Esta era que había traído consigo características sociales, educativas y comunicativas, como: la expansión del libro, la exaltación del pensamiento y la educación secuencial y lineal, en la cual el conocimiento se controla y se dosifica, se encontró frente a frente con la era Mcluhan a partir de la cual los medios masivos en proceso de masificación, empezaron a conducir el mundo y a crear una revolución social y cultural profunda e irreversible la cual sería potenciada, más adelante, por las tecnologías de la comunicación y la información.

Según Martin Barbero, se configuró así una nueva *comunidad mundial.* Hay innovación y expansión tecnológica y, por ende, explosión en la cantidad de información. Surgió la llamada cultura mosaico, hecha de objetos móviles, fronteras difusas, intertextualidades y

bricolajes. La industria cultural se expandió, difundió y empezó a promocionar determinados valores sociales con base en los parámetros marcados por la sociedad de consumo. Irremediablemente se modificaron las coordenadas de tiempo y espacio respecto a la ampliación de la capacidad para transmitir todo tipo de información y en la educación se evidenciaron los destiempos y desajustes, por ejemplo, frente a los medios masivos[3].

La información y el conocimiento comenzaron a ser el eje central del desarrollo social, económico, cultural y político. Emergieron así nuevas sociedades, etiquetadas ya, con nombres tras los que se esconden realidades de alta complejidad como: la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento

En medio de este nuevo escenario, debe comprenderse que las maneras de aprender, de ver, leer, sentir, pensar, de comunicarse, nunca serían las mismas, por eso, la exigencia de hacer replanteamientos y reflexiones alrededor de procesos fundamentales en lo social como la educación y la comunicación.

Igualmente, se necesitaba ir más allá en cuanto a la intersección de estos dos ámbitos que tenían tantas cosas en común, pero cuyo encuentro, aunque parecía natural y era reconocido desde hacía muchos años, no había tenido históricamente un diálogo fluido. Esto debido, principalmente, a que tanto la comunicación como la educación habían entendido su relación de una manera subsidiaria e instrumental: la comunicación no se había asumido más allá de los medios y lo educativo concebía a la comunicación como un vehículo para multiplicar los saberes que ella predeterminaba. Sin embargo, la historia daría

[3] Según Barbero: la escuela se niega a aceptar el descentramiento cultural que atraviesa el libro, hasta ahora su eje pedagógico. El cual seguirá siendo importante en una sociedad multimedia, pero será un recurso más sin la categoría central que se le venía asignando, en una obstinada ceguera la escuela niega la pluralidad y heterogeneidad de códigos presentes (hipertextuales, audiovisuales, musicales...), culpabilizando, además, a las tecnologías de la crisis de lectura y esquivando una profunda reorganización de sus estructuras. Dificultad de la escuela para reconocer que ya no es el eje central de la transmisión del saber y que hay mecanismos de ordenación, relación y divulgación más prácticos, divertidos y asequibles. La escuela se empeña en ampliar la distancia que la separa de los Medios y las tecnologías de la Comunicación, a las que percibe, señala y “sataniza” por ser las culpables del desequilibrio y dispersión en el modelo de conocimiento y de todos los males que afectan la sociedad. Se aleja así cada vez más y deja a los jóvenes indefensos sin instrumentos que les permitan apropiarse crítica y creadoramente de los nuevos canales de Comunicación.

más fuerza a sus coincidencias que a sus destiempos. Entre estas coincidencias se destacan (Alonso del Corral, 2004, pp. 14-18):

- La comunicación y la educación son hechos sociales. En términos disciplinarios ambas pertenecen al campo de las ciencias sociales y estudian al ser humano y sus relaciones con otros seres humanos. La comunicación va más allá de los medios y permea todo lo social mientras que la educación va más allá de las aulas, a través de su participación en la sociedad.

- Ambas son intencionales porque en la construcción de los hechos sociales interviene la voluntad humana de manera consciente o inconsciente.

- La comunicación y la educación son fenómenos socioculturales en los cuales se establecen relaciones entre medios y fines. La comunicación y la educación utilizan lenguajes y medios, pero además son procesos. Estos hechos sociales son un continuo devenir de acontecimientos ligados entre sí. Al igual que en la comunicación y en la educación la dinámica del proceso incluye subprocesos y el orden de los acontecimientos varía de una situación otra.

- Finalmente, se destaca que tanto la comunicación como la educación utilizan la información y requieren de la interacción para su desarrollo.

Desde estos y otros encuentros emerge el campo de la comunicación-educación. En este punto no debe perderse de vista que aún no hay acuerdos en cómo llamar a este nuevo ámbito de reflexiones teóricas y metodológicas, por eso, al nombrar las relaciones entre comunicación y educación, como comunicación-educación o educomunicación y suprimir conjunciones y preposiciones con las que se han querido implicar estas dos palabras, se está apostando a lo que muchos otros autores: a una nueva categoría en construcción que supera las relaciones causa-efecto, que trasciende y crea nuevos sentidos, interpretaciones, comprensiones, descripciones y explicaciones de la realidad en interacción dialógica y educativa.

Es importante señalar aquí que muchos consideran como sinónimos la comunicación-educación o la educomunicación, pero en realidad aunque ambos términos responden a intencionalidades similares, difieren en su origen teórico.

Desde hace más de 50 años, se están desarrollando praxis educomunicativas en diferentes lugares del planeta y estas actividades han estado determinadas y condicionadas por contextos específicos. Por eso, en lugares donde fue difícil el ejercicio de una práctica comunicativa por cuestiones políticas, autoritarias, de dictaduras como la española de Franco, la chilena de Pinochet, la argentina de Videla, por prácticas apartheid en países como Sudáfrica, estados policiales como Brasil, Uruguay o México o países que alardeaban de sus prácticas democráticas como los Estados Unidos, fueron escenarios óptimos para desarrollar y poner en práctica los ideales de un ejercicio comunicativo basado en la práctica de libertad en la conjunción con la educación. (Aparici, 2002, p. 2)

> En otras regiones del Este de Europa, de África o de Asia el origen de la educomunicación va a tener lugar a mediados de los 90. Al mismo tiempo, en ese mismo período, el Reino Unido, Australia y Canadá alcanzaron su máximo desarrollo. El apogeo de los movimientos vinculados con la educomunicación en el contexto internacional se da en los últimos 20 años del Siglo XX. (Aparici, 2002, p. 2)

Por ejemplo, en el escenario latinoamericano la educomunicación, nace con Paulo Freire

> que en el clásico texto *Extensao uo Comunicao* llamó la atención para los procesos comunicacionales que se introducen en el actuar pedagógico libertador, afirmando que el hombre es un ser de relación y no sólo de contactos como el animal; no está simplemente en el mundo, sino con el mundo. (De Oliveira Soares, 2000, p. 33)

Desde el enfoque latino la relación

> que se establece entre comunicación – educación, a través del actuar. Se trata de un modo de interacción que rebasa la óptica puramente instrumental de la tecnología comunicativa e informativa. Sobre esta perspectiva, la comunicación pasa a entenderse como relación, como un modo *dialógico* de interacción del actuar educomunicativo: ser dialógico es vivenciar el diálogo, es no invadir, es no manipular, es no “esloganizar”. (De Oliveira Soares, 2000, p. 33).

Igualmente, la educomunicación fue un término que también se le atribuye al teórico argentino Mario Kaplún a quien se le reconoce como un educomunicador que promovió el concepto de comunicación y educación transformadora en oposición a la comunicación y educación bancaria. El concepto, educomunicación, fue aceptado por la Unesco en 1979 y a partir de ese momento se popularizó en todas las latitudes.

En 1997 la tesis doctoral del argentino Jorge Huergo posicionó la denominación comunicación-educación desde la propuesta de campo, sin embargo, en los antecedentes de su trabajo él reconoce los aportes y el trabajo de Freire y Kaplún para sus planteamientos.

Huergo

> considera el espacio de intersección entre la comunicación y la educación como una confluencia de diversas perspectivas teóricas y de prácticas sociales y profesionales con intereses distintos, que como campo puede ser atravesado a partir de tres tipos de relaciones: instituciones educativas y horizontes culturales, educación y medios de comunicación, y educación y nuevas tecnologías. (Valderrama H, 2000, p. xvi)

De la misma manera Ismar Oliveira "lo ve como un campo por naturaleza relacional, estructurado como proceso mediático, transdisciplinario e interdiscursivo" (Valderrama H, 2000, p. xvi).

Los abordajes teóricos, prácticos e investigativos que han ido configurando este campo de la comunicación-educación son:

- *La Educación para la recepción:*

Este abordaje ha pasado por varias vertientes, la primera de ellas tuvo

> como principal referente el modelo clásico de la comunicación, esto es, el modelo lineal emisor – mensaje – receptor. (…) Sin embargo, paulatinamente y gracias a los desarrollos teóricos e investigativos de la comunicación, la educación para la recepción fue ganando en capacidad explicativa y educativa. (Valderrama H, 2000, p. ix – x)

Por eso, a la siguiente vertiente se le ha denominado: *Lectura crítica de los medios* y sus principales objetivos han consistido

> "en desentrañar el contenido ideológico de los mensajes emitidos por los medios, en formar hábitos mentales activos para enjuiciar lo que estos difundían, en capacitar a los receptores para descubrir los elementos que forman su estructura y en enseñar a percibir las líneas ideológicas que los orientaban. (Valderrama H, 2000, p. x)

Otra de las corrientes actuales más reconocidas es la denominada: *Recepción activa,* cuyo énfasis ha estado puesto tanto en la recepción como en el mensaje mismo y su objetivo central es promover una actitud reflexiva ante los mensajes y estimular la expresión *cultural* Valderrama H, 2000, p. x).

> Para la Recepción activa, la significación no se agota en el proceso de emisión ni en el análisis semiótico; por el contrario es una construcción del sujeto inmerso en su contexto. En este sentido la recepción es un proceso de carácter intencional que refuerza las condiciones de mediación que están presentes en toda dinámica de decodificación de los mensajes. (Valderrama H, 2000, p. xi).

Entre las vertientes de Recepción Activa es importante mencionar la propuesta anglosajona que ha influenciado fuertemente a latinoamérica: *Media literacy* o alfabetización audiovisual.

> Metodológicamente, tiene como fundamento la investigación y la integración del trabajo analítico con la actividad práctica. Propone, además, que el análisis crítico de los productos audiovisuales sea permeable al desarrollo de competencias y destrezas de tipo técnico relacionadas con la producción, de tal manera que el estudiante pueda "conseguir una fusión de criticismo práctico y práctica crítica". (Valderrama H, 2000, p. xi – xii)

También se destaca la corriente mexicana de la educación de las audiencias, cuyo objetivo ha sido

> modificar, a través de un esfuerzo pedagógico, el resultado de la interacción con los medios, de tal manera que el producto de esta experiencia redunde en beneficios de la propia audiencia, permitiéndole ser más crítica y

> selectiva. El concepto clave de esta vertiente es el de la mediación y, concretamente, el de mediación múltiple: se afirma, entonces, que el proceso de recepción al igual que el del aprendizaje – formal y no formal - esta mediado por un conjunto de influencias provenientes tanto de la mente del sujeto como de su contexto sociocultural. (Valderrama H, 2000, p. xii)

Finalmente, se incluye una vertiente más actual: la de la competencia mediática. Este concepto ha adquirido cientificidad en las tres últimas décadas, al hilo de la omnipresencia de los medios de comunicación en la sociedad actual, acrecentada en los dos últimos lustros por las tecnologías de la comunicación y la información.

> Se conoce por «competencia» una combinación de conocimientos, capacidades y actitudes necesarios para un determinado contexto. Y se puede definir el concepto de «competencia clave» o «competencia básica» como un conjunto multifuncional y transferible de conocimientos, destrezas y actitudes que todas las personas necesitan adquirir en el proceso de enseñanza obligatoria para su realización y desarrollo personal, inclusión en la sociedad y acceso al empleo. Deben ser transferibles y, por tanto, aplicables en determinados contextos y situaciones. (Aguaded Gómez, 2010, p.5)

> Ahora bien, la «competencia en comunicación» está inmersa en un entorno digital. Por lo tanto esos conocimientos, habilidades y capacidades, en unión de los valores y actitudes, sirven para alcanzar objetivos de competencias mediáticas y han de ser aprendidas y aplicadas con herramientas digitales. En este sentido, la persona que desarrolle esas competencias tendrá capacidad para desenvolverse en distintas dimensiones, entre las que destacan la comunicativa y la tecnológica. «El creciente consenso mundial sobre la educación en medios implica un cambio de escala, de modo que las prácticas aisladas en clase pasen a ser generalizadas en el desarrollo curricular nacional. En pocas palabras, este razonamiento se puede resumir alrededor de seis «C» de competencias clave de la educación en medios: comprensión, capacidad crítica, creatividad, consumo, ciudadanía y comunicación intercultural» (Frau-Miegs & Torrent, 2009). (Aguaded Gómez, 2010, p.5)

- *Comunicación en la educación*

Este ámbito "se ha centrado más en las dinámicas comunicativas que subyacen en la relación pedagógica y en la interacción de los actores del proceso enseñanza aprendizaje, tanto dentro como fuera de la institución escolar". (Valderrama H, 2000, p. xii)

Los siguientes son los principales momentos que han configurado esta relación: el primero

> lo constituyó la propuesta de Ricardo Nassif en los años sesenta, quien quiso modelar la relación pedagógica en términos de la teoría de la comunicación. Mecánicamente se asimiló el emisor como maestro, el mensaje con el saber, el canal con los medios y al receptor con el alumno. Esta fue una visión lineal de la comunicación y representaba una postura pedagógica transmisionista con énfasis en los contenidos. Posteriormente se adicionó el concepto retroalimentación (influencia del conductismo), el cual no pretendió ser una apertura del emisor, o una forma de participación del receptor – estudiante, sino el mecanismo de control que posee el profesor para verificar los resultados del proceso de modelamiento de la conducta. (Valderrama H, 2000, p. xii-xiii)

Las principales críticas a esta modelización de la relación pedagógica en términos comunicativos lineales, transmisionistas y conductistas tiene que ver con las nuevas posturas frente a lo comunicacional vistas más desde las propuestas de Palo Alto y la de los estudios culturales. De ello se desprende dos rupturas fundamentales que han afectado al campo de la comunicación-educación y a sus ámbitos: la primera está relacionada con el lugar del sujeto individual y colectivo en los procesos de comunicación y educación. Ya no se le considera un sujeto pasivo, indefenso, se pasó a verlo como un sujeto activo, crítico, capaz de re-significar, de crear sentidos y contrasentidos; la segunda es el rompimiento de una visión lineal, contenidista y plenamente programada de los procesos. O sea, el reconocimiento de "otras educaciones", la idea de educación a lo largo de la vida o de sociedad educadora, en la que todo puede ser ocasión para aprender y desarrollar las capacidades del individuo, y las estrategias educativas del informe Delors para la UNESCO: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir y aprender a ser, son en parte el reconocimiento de estas rupturas. (Valderrama H, 2000, p. xii-xiii)

- *Educación y tecnologías de la información y la comunicación*

Dentro de este ámbito de abordajes teóricos, prácticos e investigativos ha habido dos tendencias:

> La una, fuertemente influenciada por la tecnología educativa, ha buscado el diseño y el desarrollo de sistemas altamente tecnificados para introducirlos en la relación enseñanza aprendizaje sin alterar los modelos pedagógicos y comunicativos tradicionales; el resultado, entonces, ha sido la generación de procesos más eficaces de transmisión – no de creación y re-creación- de los saberes, mejores formas de control cuantitativo de los "rendimientos" del estudiante, mejores maneras de orientar las búsquedas de información y la implementación de sistemas tutoriales computarizados de tipo vertical dado su carácter fundamentalmente instruccionista.
>
> La otra tendencia ha buscado, por el contrario, aprovechar las potencialidades del desarrollo técnico y tecnológico para propiciar la creatividad y proponer una formación del docente en informática teniendo en cuenta los saberes de los alumnos, del mismo profesor, los nuevos lenguajes y alfabetizaciones, la brecha generacional y comunicacional, las nuevas identidades socio – culturales, entre otros aspectos (Valderrama H, 2000, p. xv).

- Por último, se destaca otro ámbito en desarrollo dentro del campo comunicativo-educativo: *comunicación-cultura*, que como lo plantea Germán Muñoz González puede describirse como un nuevo modo de leer la sociedad contemporánea en clave de cultura lo cual permite la comprensión de fenómenos que en sí mismos son muy complejos.

Hablar de cultura implica hablar de sentidos compartidos y la construcción estos sentidos sólo es posible a través de la comunicación. Por tal razón, desde la intersección comunicación-educación-cultura puede abordarse, entre otras, temáticas como: la socialización política y la formación ciudadana, el desarrollo cognitivo en los nuevos escenarios socio-culturales, la acción social y las mediaciones, la subjetividad y la conformación de identidades, el ecosistema escolar visto en prospectiva y las responsabilidades éticas frente al abordaje de problemáticas sociales relevantes.

Los anteriores abordajes son coherentes con la Línea de Investigación: Comunicación-Educación del Pregrado de Comunicación Social de Medellín. Esta línea propone como sublíneas: Comunicación-Educación-Medios; Comunicación-Educación-Ciudad-Comunicación-Educación-Escuela; Comunicación-Educación-Ciberculturas y Comunicación-Educación- Organizaciones.

Ahora bien, después de describir de manera sintética estos abordajes de la comunicación-educación es importante, además, evidenciar las actuales discusiones en torno a este campo en construcción:

Tanto desde su nominalización como educomunicación o comunicación-educación ha sido evidente que esta intersección es siempre

> política en cuanto institución de la democracia como régimen del pensamiento colectivo y de la creatividad colectiva; es proyecto de autonomía en cuanto liberación de la capacidad de "hacer pensante", que se crea en un movimiento sin fin (indefinido e infinito), a la vez social e individual; es posibilidad radical (2000:23). (De Oliveira Soares, 2009, p.196).

Y, específicamente, la denominación la comunicación - educación está atravesada por procesos políticos y culturales que le sirven de contexto. En este sentido se conformó como

> Un campo estratégico, un escenario de prácticas con gran capacidad modelizadora de sujetos, relaciones y modos de producción simbólica que requiere del desarrollo de un pensamiento que cuestione que pueda impugnar las lógicas hegemónicas que se imponen como mandato y pueda a la vez proponer otras prácticas, otros modos de apropiación, otras formas de apoderarse (Huergo et al, 2011, p.41)

Frente a este planteamiento fundacional, uno de los últimos textos de Huergo y otros autores del cono sur (2011), enciende "alarmas" sobre los reduccionismos que amenazan al campo de la comunicación-educación por la actual mirada instrumentalista de su quehacer. Según Huergo (2011) esta perspectiva errada del campo radica en algunas prácticas educomunicativas que sólo piensan en el uso de los medios y de las tecnologías o en su articulación a las aulas de clase, pero que están alejadas de la visión crítica y política que lo definen o de las demás interacciones comunicativas que lo caracterizan.

Tomando en cuenta estas últimas discusiones en torno al campo comunicativo-educativo, el Programa de Comunicación Social de Medellín es consciente de la necesidad de implementar el énfasis en comunicación-educación atendiendo a su génesis crítica, política y cultural en cada uno de los abordajes teóricos, prácticos e investigativos que se han propuesto en párrafos anteriores.

Y si bien los Pregrados de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó, el de Medellín y el recién aprobado para la sede de Manizales, han optado por nominalizar su énfasis como comunicación-educación, no se excluye la acepción educomunicación desde su visión crítica, social, cultural y política.

De la misma manera se comprende que el desafío de formar profesionales en comunicación-social con este énfasis diferenciador implica reconocer el valor estratégico de acciones efectivas en los distintos espacios educativos sociales orientados a la recepción calificada, a la educación popular, a la articulación colectiva para el cambio social y, a partir de años recientes, al reconocimiento de la comunicación-educación como un derecho de todos que debe materializarse, incluso, en políticas públicas concretas. (De Oliveira Soares, 2009, p.196).

5.2 PROPÓSITOS DE FORMACIÓN Y COMPETENCIAS PROFESIONALES Y OCUPACIONALES

5.2.1. Propósito general de formación

- **Objetivo general**

Formar de manera integral, responsable, crítica y ética al ser humano en el campo específico de la comunicación social en articulación con el énfasis en comunicación-educación, a fin de contribuir con el desarrollo integral del entorno social.

- **Objetivos específicos:**

- Educar comunicadores sociales en el dominio de herramientas mediáticas y TIC para la producción de medios escriturales, radiales, audiovisuales y mutimediales.
- Graduar comunicadores sociales capaces de crear múltiples narrativas en los diversos medios de comunicación al servicio de comunidades académicas, sociales y empresariales.
- Preparar comunicadores sociales capaces de liderar proyectos de gestión al servicio de la economía, el mercado, la legislación y la gerencia empresarial desde el enfoque de la comunicación organizacional y corporativa y de las relaciones públicas.
- Formar al comunicador social con un criterio investigativo que involucre conocimientos pedagógicos, científicos y metodológicos para intervenir espacios sociales, culturales.

- **Propósitos profesionales**

- Formar comunicadores sociales capaces de producir y emitir mensajes institucionales o públicos de carácter informativo, noticioso, comunicativo-educativo, mercadológico o publicitario para diferentes audiencias con un alto sentido de la ética y de la Responsabilidad Social.
- Formar comunicadores sociales conocedores del lenguaje propio de los diferentes medios de comunicación, conscientes de sus posibilidades de impacto en los diferentes perfiles de audiencia.
- Formar comunicadores sociales con habilidades gerenciales y destrezas en gestión y liderazgo para trabajar en equipo y manejo integral del proceso de toma de decisiones estratégicas en materia de comunicación social, comunicación-educación y desarrollo social y organizacional.
- Formar comunicadores sociales con capacidad de asombro e investigación con el fin de detectar necesidades y tendencias que les permitan generar propuestas en favor del bienestar de las organizaciones y conglomerados.
- A partir de una sólida formación filosófica y de contexto, formar comunicadores sociales con alto sentido crítico y sensibilidad social.

- **Propósitos ocupacionales**

Desde su formación general y el énfasis en comunicación-educación los comunicadores de la Funlam son formados para desempeñarse en:

- Medios tradicionales como radio, prensa, televisión y particularmente en medios multimediales.
- Organizaciones culturales, sociales, ONGs, fundaciones con carácter social o educativo, casas de la cultura, proyectos empresariales y gubernamentales, entre otros.
- En el sector público y privado para gerenciar proyectos que lleven a consolidar procesos de comunicación y comunicación-educación en diversas comunidades
- El desarrollo de planes de comunicación que promueven los mensajes pedagógicamente en las organizaciones, en las instituciones educativas formales y no formales, y dentro de la educación en el amplio espectro que hoy se abre para la educación virtual, a distancia.
- La creación de materiales comunicativos-educativos en diversos formatos.

Además podrá:

- Liderar la generación de redes sociales, tejido social, formas de comunicación y participación que sean introyectadas por las comunidades en el marco de proyectos específicos como el de Ciudad Educadora.
- Ser capaz de proponer empresas alternativas, empresas prestadoras de asesorías, de servicios especializados, creación de Pymes, asociaciones de trabajo profesional, cooperativas y en general toda la dinámica del sector solidario en donde es igualmente viable el trabajo de los comunicadores.

En estos escenarios podrán ejercer funciones definidas en los siguientes roles

- Jefes de redacción, editores y reporteros en prensa, radio, televisión.

- Editores de material impreso, libros y publicaciones especializadas.
- Directores, productores y realizadores de mensajes audiovisuales.
- Directores ejecutivos, jefes, coordinadores o asistentes de Departamentos de comunicación, relaciones públicas, publicidad y mercadeo.
- Docentes e investigadores en producción y desarrollo de medios para desempeñarse en los diferentes niveles de la educación.
- Investigador social para desempeñarse en organizaciones y empresas que adelanten acciones frente al desarrollo social.
- Emprendedores y creadores de empresas informativas, de producción de medios.
- Asesores y consultores especializados en gerencia y gestión de la comunicación en empresas públicas o privadas industriales , comerciales y de servicio.-

5.2.2. Competencias

5.2.2.1 Competencias genéricas

Las siguientes son las competencias genéricas que orientan la formación de los Comunicadores Sociales de la Funlam en Medellín. Estas competencias son transversales a todas las Áreas de formación.

- Competencias comunicativas. El comunicador social amigoniano:
- Usa el lenguaje en actos de comunicación particulares, concretos, y social e históricamente situados (Hymes).
- Reconoce las reglas morfológicas, fonéticas, y sintácticas que posibilitan que lo que se desea comunicar pueda ser producido y entendido por los otros (Obando, 2003) y lo pone en práctica en sus contextos laborales específicos.
- Maneja apropiadamente las estructuras interpretativas, propositivas y argumentativas y las pone en práctica en sus contextos laborales específicos masivos y no masivos.

- Emplea de una manera asertiva en su actos de comunicación específicos la proxemia y la kinésica.
- Conoce y usa los significados y el léxico de manera pertinente, según las exigencias del contexto de comunicación.
- Elabora enunciados y textos específicos con coherencia y cohesión.
- Pone en juego, en los actos de significación y comunicación, los saberes con los que cuentan los sujetos (Maldonado, 2002: 69).
- Realiza análisis y críticas que se desprenden de experiencias de lectura concreta (Obando, 2003).
- Posee competencia lectora en una segunda lengua y la pone en práctica en sus contextos laborales específicos.

- Competencias socioafectivas. El comunicador social amigoniano:
- Interactúa socialmente con niveles de empatía.
- Trabaja en equipos multi, inter y transdisciplinarios.
- Responde sensible y solidariamente a las demandas de intervención en las comunidades y organizaciones.
- Es proactivo y propositivo.
- Genera procesos de adaptabilidad y transformación.

- Competencias valorativas. El comunicador social amigoniano:
- Prevé las consecuencias de sus decisiones.
- Asume la responsabilidad de sus actos y los derechos humanos como parte de su quehacer.
- Asume la pluralidad, multiculturalidad como un valor social.
- Involucra los imaginarios como unas nuevas formas de comprensión del sentido.
- Tiene perspectiva histórica para contextualizar los procesos de cambio.

- Contribuye a la resolución de conflictos.
- Expresa su subjetividad a partir de sus percepciones, pero con fundamento conceptual.

- Competencias laborales. El comunicador social amigoniano:
- Planea, dirige, evalúa y controla procesos asociados a su gestión.
- Trabaja en equipo.
- Posee pensamiento crítico y actitud creativa para enfrentar diversas situaciones.
- Desarrolla habilidades de comunicación.
- Tiene autoestima y autoconfianza.
- Asume riesgos.
- Propicia liderazgos.
- Tiene capacidad de negociación.
- Domina las técnicas y tecnologías asociadas a la profesión

5.2.2.2 Competencias

En cuanto a las competencias específicas del Programa de Comunicación Social de Medellín, la siguiente tabla da cuenta de las más esenciales, articuladas al Área de formación Profesional y a sus respectivos Componentes:

Tabla 5. *Competencias específicas en articulación con Área de formación Profesional*

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA
Componente de Formación Básica e Investigativa: Comunicación-Educación

- Describen los principales abordajes teóricos, prácticos y de corte investigativo que posibilitan el establecimiento de vínculos entre comunicación-educación y medios para articular en el contexto específico de su formación como comunicadores con énfasis en educación conceptos clave como: comunicación; educación; comunicación-educación; comunicación-educación-medios; pedagogía y didáctica; teorías de la recepción y de los efectos y teorías de las mediaciones.
- Diferencian los enfoques teóricos, los conceptos relevantes y los planteamientos de los principales autores entorno a los estudios clásicos y actuales sobre la comunicación social para articularlos al contexto específico de su formación como comunicadores con énfasis en comunicación educación.
- Interpretar la relación crítica de la historia de la comunicación social con el devenir histórico y sus principales acontecimientos como referencia fundamental para acercarse a la compresión del hecho social.
- Diferencia los principales supuestos filosóficos que están en las bases teóricas y metodológicas de las ciencias sociales para caracterizar con mayor precisión conceptos clave como: epistemología y ciencias sociales; comunicación-educación; investigación en comunicación social y en comunicación-educación y articularlos con el contexto específico de su formación profesional, por medio de lecturas comprensivas, debates, redacción de textos, elaboración de cuadros comparativos, pruebas escritas, entre otros.
- Define los principales supuestos teóricos y prácticos de las teorías cognitivas y del aprendizaje en su relación con el campo de la comunicación-educación para intencionar sus prácticas formativas y profesionales desde lo comunicativo-educativo, por medio de evaluaciones escritas y de otras actividades de aprendizaje propuestas en el proyecto docente.
- Reconoce los conceptos clave de las dos líneas teóricas de la semiótica para identificar los entrecruces y aplicaciones de esta disciplina con las teorías de la comunicación social y con el énfasis comunicación-educación, por medio de lecturas comprensivas, debates, redacción de textos, pruebas escritas, entre otros.
- Reconoce la actitud científica como parte de su proceso de formación profesional y pueden llevar a contextos específicos ejercicios de corte investigativo que apoyen su formación en esta área.
- Efectúa un trabajo de grado de acuerdo con los aprendizajes obtenidos en su formación investigativa y en coherencia con su contexto disciplinar y el énfasis del programa.

Cursos Básico Comunes

<u>Área de Investigación:</u>

- Identifica qué es un objeto de estudio.
- Comprende la funcionalidad de la investigación para el desarrollo de la disciplina y la solución de problemas sociales.
- Reconoce los paradigmas que soportan cada uno de los enfoques metodológicos.
- Plantea y describe un problema de investigación desde el enfoque cuantitativo.
- Plantea y describe un problema de investigación desde el enfoque cualitatativo.
- Recolecta y analiza información para el planteamiento de una investigación.
- Analiza la información estadísticamente.

<u>Área de Formación Sociohumanística:</u>

- Da cuenta de los principios del humanismo en los que se sustenta la filosofía institucional y la formación y desarrollo humano integral de los estudiantes.
- Reconoce los conceptos y el método de estudio de la antropología como un elemento que le permite comprender al ser humano, su cultura y su cosmovisión, a través de una prueba tipo saber-pro.
- Analiza las relaciones entre la ética, la axiología y la moral, con el fin de diferenciarlas en una matriz de análisis.
- Comprende las diferentes concepciones sobre el desarrollo humano, de tal manera que permita el reconocimiento del lugar que ocupa en el mundo mediante el análisis interpretativo de una composición escrita a partir de un texto

Área de Herramientas Informáticas:

- Integra las herramientas de información, comunicación y aprendizaje a las cuales tiene acceso como estudiante para su adecuado desempeño académico evidenciado en el uso activo de estas herramientas.
- Emplea técnicas adecuadas para la búsqueda, almacenamiento y gestión de la información usando diversas herramientas evidenciado en las actividades elaboradas en clase.

Área de Formación en Lengua Extranjera:

- Además de los seis cursos comunes institucionalmente, los programas de Ingenierías, Comunicación Social, Publicidad, Negocios Internacionales, Gastronomía y Licenciatura en Inglés servirán cuatro (04) cursos adicionales cada uno de ellos con una intensidad de dos (02) créditos, para una intensidad total durante toda la carrera de 20 créditos académicos con el fin de alcanzar el nivel B2 del marco Común Europeo".(Acuerdo # 2 del 10 de abril de 2012 emanado del Consejo Superior de la Funlam).

ÁREA DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Componente de Periodismo

- Adquiere destrezas y habilidades en la construcción de textos periodísticos a partir de una lectura del entorno y en la compresión de las elaboradas por los medios de información, para su desempeño como profesional.
- Comprende la naturaleza de los géneros periodísticos fundamentales: el informativo, el de opinión y el interpretativo, evidenciado a través de un cuadro comparativo, la producción de textos en cada género y de un examen tipo Saber Pro, para producir textos periodísticos de calidad estética, rigurosidad y contraste.
- Reconoce la responsabilidad social del periodismo de investigación con el entorno local, regional y nacional; con el fin de contribuir en la divulgación de las problemáticas sociales, a través del análisis de los contextos sociales y culturales y de la producción de contenidos periodísticos.
- Reconoce las bases de la investigación periodística, sus estrategias, herramientas, técnicas, tácticas, e instrumentos, a través de la realización de ejercicios prácticos, para favorecer la producción de medios que sean afines con las problemáticas sociales de su entorno.
- Domina las herramientas y los procesos de producción de contenidos de periodismo virtual, con el fin de analizar las tendencias predominantes a nivel nacional e internacional y de generar contenidos acordes a las mismas, en los géneros informativo e interpretativo, evidenciado en la construcción de un sitio web como portafolio individual de desempeño.
- Reconoce las características esenciales de la radio, para realizar producciones acordes con los elementos del lenguaje radiofónico, a través de su participación en los programas radiales de la Facultad.
- Desarrolla las competencias de producción de contenidos que demanda el medio para el manejo, creación y conocimiento profesional de la producción e información de televisión, a través de ejercicios prácticos, con el fin de aplicar conceptos de la narrativa audiovisual informativa.
- Genera, sostiene o crea nuevos medios de comunicación alternativos, con el fin de aportar en los procesos de desarrollo, uso y apropiación de los discursos comunicativos propios y esenciales para las distintas comunidades en barrios y ciudad, de acuerdo con las necesidades del entorno.

Componente de Comunicación y Organizaciones

- Comprende los principales enfoques de la teoría de las organizaciones, sus conceptos básicos, para articularlos en el contexto específico de su formación como comunicador con énfasis en educación, mediante una prueba escrita teórica del tipo Saber Pro.
- Diferencia las teorías básicas del mercadeo y la publicidad para entender su relación e interacción con la comunicación, la expresión gráfica y las ciencias sociales, y lo evidencia mediante una actividad escrita teórica del tipo Saber Pro
- Comprende los esquemas y modelos comunicacionales que permitan gerenciar la comunicación organizacional, para dimensionar el tipo de estructura comunicativa dentro de las organizaciones, lo que evidencia con un diagnóstico del clima organizacional.
- Comprende las nociones teórico-prácticas que permiten conocer, caracterizar, administrar e interpretar las diferentes modalidades de la comunicación, desde el marco teórico de la comunicación corporativa, para valorarlo como bien intangible en las organizaciones contemporáneas, mediante un trabajo escrito de análisis.

Componente de Expresión

- Diferencia los conceptos de lenguaje, lengua y habla mediante un cuadro comparativo, para Identificar e interpretar el origen del lenguaje y sus usos correctos, así como los principales elementos teóricos y prácticos que posibiliten el entendimiento de la comunicación oral y corporal mediante una relatoría
- Generar actos de responsabilidad frente al proceso 'técnico' de redacción y ortografía por parte del estudiante en formación.
- Produce textos por medio de los diferentes formatos y técnicas escriturales: El cuento, la poesía y el ensayo, entre otros, así como los diferentes géneros periodísticos.
- Identifica en los textos literarios clásicos relaciones de significación que le permiten lograr experiencias de lectura apropiadas al contexto.
- Establece relaciones entre los contextos socioculturales y las producciones literarias contemporáneas a través de ejercicios expositivos de autores, obras, corrientes y teorías literarias que permiten entender las dinámicas comunicativas y sociales contemporáneas.
- Los estudiantes argumentan razones que destacan la importancia de la música como una forma de expresión para el lenguaje artístico.
- Cuestiona los diversos modos de representación visual en la historia del arte y la cultura visual en Occidente a través del tiempo, para dar cuenta de la modificación del concepto de imagen, mediante la construcción de cartografías urbanas que analizan el problema de la visualidad en la ciudad.
- Argumenta reflexiva y críticamente cualquier película, a partir del lenguaje y la narrativa cinematográfica.

Componente de Producción Audiovisual

- Reconoce los puntos divergentes y convergentes de la comunicación para la identificación de las imágenes y su influencia en la creación de referentes e imaginarios en la cultura por medio de evaluaciones escritas y creaciones grupales, entre otros Conoce y demuestra conocimiento y destreza para el manejo adecuado de la cámara fotográfica por medio de evaluaciones y actividades grupales, entre otros.
- Comprende los usos y apropiaciones del manejo correcto de la luz para los ejercicios fotográficos y lo demuestra por medio de evaluaciones escritas, actividades visuales, entre otros.
- Reconoce, aprende y aplica los conceptos generales de la comunicación gráfica, que le sirven para la producción de materiales evaluables bimedia en los que involucra imagen y texto que fusiona en un elemento publicitario de gran utilidad para su desarrollo profesional.
- Promueve el mejoramiento de la competencia frente al micrófono para la construcción y elaboración de libretos y formatos radiofónicos y lo demuestra por medio de evaluaciones escritas y actividades grupales, entre otras
- Interactúa consigo mismo, con otras personas y con entidades relacionadas con el sector de la producción y realización audiovisual.
- Aplica los conceptos del lenguaje y la narrativa audiovisual a partir de la producción y edición, el cual utiliza para la construcción de propuestas de comunicación desde el video y su composición

con sus correspondientes productos evaluables.
Componente de Multimedia
• Construye piezas gráficas de distintos espacios y tamaños a través del uso de herramientas de programas para edición vectorial y mapas de bits, al igual estructuras sonoras con herramientas para la producción sonora. • Reconoce las herramientas del software de animación y las aplicaciones que le sirven para el desarrollo de piezas, lo cual que le sirve para el desarrollo de mensajes comunicativos y publicitarios de toda índole. • Planea estratégicamente el desarrollo de sitios Web con intensiones informativas, educativas y de entretenimiento, que aportan al conocimiento gráfico en compañía del contexto periodístico, conceptual, publicitario e informativo del comunicador social actual. • Reconoce y domina los lenguajes y aplicaciones de Tecnologías de la Información y la Comunicación, partiendo de la ejecución y el desarrollo de piezas digitales-comunicacionales, lo que le sirve para el posterior desarrollo de campañas comunicacionales.
Componente de Gestión Empresarial
• Reconoce el propósito y objeto de estudio de la economía y lo evidencia, para aplicarlo en la cotidianidad por medio de evaluaciones escritas, actividades grupales, entre otros. • Comprende la relación existente entre el discurso normativo y los códigos sociales para su aplicación futura y lo evidencia por medio de evaluaciones escritas, actividades grupales, entre otros. • Reconoce los enfoques y tópicos administrativos así como el contexto histórico de los postulados para diferenciar sus elementos, campo de estudio y perspectivas por medio de evaluaciones escritas, actividades grupales, entre otros.
COMPONENTE PRÁCTICAS
Desarrolla un proyecto de trabajo conforme las necesidades de la agencia donde hace la práctica. Demuestra con productos, propuestas y acciones la cualificación de la competencia comunicativa a todo nivel. Implementa las propuestas comunicacionales de acuerdo con requerimientos culturales y sociales

5.3 CRITERIOS DE ESTRUCTURACIÓN CURRICULAR

EL currículo en la Funlam se concibe como “formalización y vivencia del recorrido que debe hacerse en un proceso educativo, en este sentido es teoría y práctica de estructuración de una propuesta educativa, centrado en las intencionalidades de formación y desarrollo humano integral de las personas, así como en la reflexión sobre las prácticas educativas”. Este concepto, basado en los aportes de Stenhouse (1983), demanda comprensión de otros, tales como: estructura curricular, diseño curricular y plan de estudios.

La estructura curricular es la red de relaciones de todos los componentes que se deben tener en cuenta en un proceso educativo. Y el diseño curricular es la selección,

organización y distribución consciente de intencionalidades educativas y de contenidos de la cultura, tiene como fin la integración de las problemáticas del contexto con los propósitos de formación y de estos propósitos con los contenidos de la cultura, ya sean disciplinas, ciencias, artes, técnicas, tecnologías o humanidades, en torno a un objeto de estudio seleccionado y definido a partir de la identificación de problemas concretos y socialmente relevantes de la profesión, o de necesidades educativas que se convierten en problemas cognitivos para el proceso educativo. Ahora bien, el plan de estudios está constituido por los campos, componentes, áreas o disciplinas del conocimiento, seleccionadas y organizadas lógicamente para el proceso de formación.

El Ministerio de Educación Nacional, al hablar del Plan General de Estudios, se refiere a "la estrategia para desarrollar intencionalmente el *currículo* de la educación formal, que debe responder al ¿qué?, al ¿cómo?, al ¿para qué? y al ¿cuándo? del quehacer educativo, con miras a satisfacer las necesidades, expectativas e intereses que la comunidad y cada estudiante tienen con respecto a la institución". Preguntas que dan cuenta de todos los componentes de una estructura curricular, en la que se incluye los campos de acción de la educación superior "el de la técnica, el de la ciencia el de la tecnología, el de las humanidades, el del arte y el de la filosofía" (Artículo 9 de la Ley 30 de 1992).

En la Funlam, los criterios que se tienen en cuenta para la estructuración curricular de los campos de acción de los programas académicos, son los siguientes:

- Integralidad. Entendida primero, como formación integral de los seres humanos con actitudes y valores (SER Y CONVIVIR); como profesionales en una disciplina o profesión específica (SABER), competentes tanto para el desempeño profesional como para seguir aprendiendo y construyendo conocimientos (HACER). Segundo, como integración de los contenidos de la cultura para el abordaje interdisciplinario de las problemáticas sociales o culturales convertidas en objetos de estudio e investigación. Se busca pasar de los currículos asignaturistas a los currículos integrados, organizados en cursos académicos. Tercero, como integración de la escuela con la comunidad para dar respuesta a las necesidades educativas sociales o personales, convertidas en intencionalidades de formación, en relación con la cotidianidad y los contextos socioculturales.

- Pertinencia. Se refiere a la coherencia que debe existir entre los contenidos de la cultura, seleccionados y organizados, y las problemáticas socioculturales tratadas como intencionalidades educativas. La estructura curricular, desde esta mirada, se conoce como currículo de “pertenencia social y pertinencia académica” (López, 2002).

- Flexibilidad. Entendida como la apertura a la comprensión de las relaciones existentes entre los diferentes ámbitos, áreas, unidades de conocimiento o contenidos que configuran la estructura curricular; como atención a las necesidades, intereses y expectativas de los estudiantes, en cuanto a modalidades, tiempos, espacios y metodologías adecuadas para lograr aprendizajes; y como oferta de cursos académicos electivos y complementarios, además de los esenciales y obligatorios, de acuerdo con los intereses o expectativas personales de los estudiantes (Díaz, 2003).

- Apertura. Entendida como posibilidad de atender las tendencias del desarrollo social y cultural, las expectativas de las comunidades de un determinado contexto, y los desarrollos de los ámbitos de la cultura que demandan atención del quehacer universitario desde sus distintas funciones. Lo anterior significa que la estructura curricular queda abierta a las tendencias del desarrollo y a las necesidades socioculturales de una determinada comunidad, que puede exigir modalidades y alternativas metodológicas distintas a las utilizadas normalmente (Sacristán, 1995).

En la Funlam la concepción de educación es integral, por tanto, la concepción curricular también lo es, y tiene en cuenta tanto los componentes externos como los internos de un proceso educativo. Los externos están en relación con las demandas sociales y las expectativas del desarrollo social y cultural, de las cuales surgen los propósitos de formación (perfiles profesionales y ocupacionales) y los contenidos de la cultura (áreas del conocimiento), seleccionados, organizados y distribuidos en la malla curricular. Los internos están en relación con la filosofía institucional (direccionamiento estratégico institucional: misión, visión, valores, principios, objetivos y política de calidad); los intereses y expectativas de los actores de la comunidad que la conforman y los componentes del acto pedagógico con los cuales se realiza el proceso de formación de los estudiantes: estilo pedagógico, medios técnicos y tecnológicos a utilizar en las

mediaciones didácticas, formas de organización de los participantes y sistema de evaluación de los aprendizajes y de las competencias previstas como intencionalidades educativas.

La estructura curricular integral tiene en cuenta los siguientes componentes:

- Las intencionalidades educativas, que se derivan de las demandas sociales para la formación de un determinado profesional (perfil profesional y ocupacional); las expectativas del desarrollo humano, social y cultural (tendencias y retos del mundo contemporáneo); y los intereses de los actores del proceso educativo (directivas, docentes y estudiantes).

- Los contenidos de la cultura organizados en campos, componentes o áreas del conocimiento, y que comúnmente se conocen como campos de acción de la educación superior.

- El estilo pedagógico (enfoques pedagógicos y didácticos para establecer principios y estrategias para la acción educativa). Con base en los principios pedagógicos y las estrategias didácticas se organizan las actividades de enseñanza-aprendizaje.

- Los medios técnicos y tecnológicos para realizar el proceso de formación de los estudiantes, según la metodología del programa.

- Las formas de organización de los participantes en el acto pedagógico (docentes y estudiantes).

- El sistema de evaluación académica de los estudiantes.

El Plan General de Estudios de los programas, se presenta de acuerdo con dos lógicas: la primera, por ciclos de formación que corresponde a la *distribución* de los contenidos académicos del programa por períodos académicos, ciclo de formación básica (primeros semestres), ciclo de formación profesional (especificidad de la formación, del 4º al 8º semestre) y ciclo de formación de profundización o especialización de la profesión (9º y

10º semestre). La segunda, por la concepción de formación integral que articula los cursos académicos de las áreas y componentes de formación del programa (lógica vertical) y por la secuenciación epistémica y metodológica de profundización de los contenidos durante los ciclos de formación (lógica horizontal).

Cada programa académico atiende en su estructuración curricular la Resolución del Ministerio de Educación Nacional que le determina las áreas de formación y los componentes del conocimiento requeridos, así como los lineamientos institucionales (ciclos de formación y las lógicas de formación integral y de profundización de los contenidos) para determinar las áreas de formación, con sus respectivos componentes y cursos académicos.

Con respecto a los cursos académicos se hace una *selección y organización* de los contenidos teniendo en cuenta: primero, los que trabajan los fundamentos básicos del área de conocimiento, luego los que le dan la estructura a dicha área y por último los que son de profundización.

La representación de las intencionalidades educativas en esta institución da la posibilidad de hablar de currículo integral y de entender las áreas de conocimiento como áreas de formación de los programas académicos, así: área de formación humanista (impronta institucional), área de formación básica con dos componentes (formación básica universitaria para formar competencias genéricas del desempeño de cualquier profesional en la contemporaneidad y formación básica profesional para formar competencias que inducen al estudiante a los campos de conocimiento de un programa específico), área de formación profesional con tres componentes (competencias teóricas, prácticas e investigativas) y área de formación complementaria (electiva).

Se recomienda definir el número de créditos del programa de acuerdo con las tendencias internacionales y las orientaciones de las asociaciones profesionales o disciplinares.

- La formación humanista acoge los créditos académicos institucionales de identidad amigoniana.

- La formación básica universitaria incluye los créditos académicos institucionales en idioma extranjero inglés y en tecnologías de la información y la comunicación (competencias genéricas que tendrán que ser complementadas con las competencias ciudadanas y de pensamiento matemático).

- La formación básica profesional incluye los conocimientos previos al abordaje de las áreas del conocimiento del programa o disciplina: ciencias naturales o sociales.

- La formación profesional incluye los conocimientos epistemológicos, metodológicos, de las prácticas y de la investigación de los objetos de conocimiento propios del programa.

- La formación complementaria o de flexibilidad, puede ser desarrollada mediante cursos académicos al interior del mismo programa (complementación o profundización en los conocimientos de las áreas de formación del programa), en otros programas de la Funlam o de otras instituciones de educación superior, nacionales o internacionales (necesidades, intereses o expectativas de los estudiantes).

El siguiente esquema representa los lineamientos institucionales para la estructuración curricular de los programas académicos de la Funlam. Estos lineamientos son tenidos en cuenta en el Programa de Comunicación Social, de acuerdo con las orientaciones del Ministerio de Educación Nacional para cada programa académico.

Tabla 6. Lineamientos de estructura y diseño curricular de la Funlam

CAMPOS O ÁREAS DE FORMACIÓN[4]	COMPONENTES	EJES TEMÁTICOS	CICLO DE FORMACIÓN BÁSICA	CICLO DE FORMACIÓN PROFESIONAL	CICLO DE FORMACIÓN DE PROFUNDIZACIÓN O ESPECIALIZACIÓN	PORCENTAJES
Humanista	Amigoniano	Humanidades				%
Básica	Universitario común	Idiomas				%
		Tics				%
		Investigativo				%
	Profesional	De introducción al Programa				%
Profesional	Epistemológica	Propios del Programa				%
	Metodológica	Propios del Programa				%
	Practica	Practico				%
	Investigación	Investigativo propio del Programa				%
Complementaria o de Profundización	Electiva	Flexibilidad				%
Porcentajes	%	%	%	%	%	100%

[4] Mario Díaz (2003). Flexibilidad en la educación superior. Bogotá: MEN. "Los campos del conocimiento se reconfiguran en campos de formación".

Convenciones:

↓ Lógica vertical de integración curricular para el trabajo interdisciplinario de los contenidos

→ Lógica de profundización de los conocimientos por ciclos de formación

La interrelación de las dos lógicas de estructuración curricular de un proceso educativo determina la posibilidad de hablar de diseños curriculares integrales, que luego con la forma de desarrollarlos mediante el acto pedagógico, y de realizar los procesos de evaluación de los estudiantes, consolida dicha denominación.

De acuerdo con lo planteado anteriormente, el Plan General de Estudios de la Funlam define cursos académicos basados en procesos de contextualización, fundamentación teórica, metodológica e investigativa, de prácticas y de profundización, necesarios en la formación de un Profesional, que luego demandan en el proceso pedagógico-didáctico la articulación de las áreas de formación y de los componentes que configuran el Programa.

Lineamientos para el desarrollo de la estructura curricular

El desarrollo de la estructura curricular se sustenta en los conceptos y principios propuestos por el Programa y se representa en la relación entre el objeto de formación, (aspiración), los pasos de la metodología que se debe seguir en su desarrollo (método) y la organización de los contenidos (cultura).

Las áreas de formación constituyen las categorías vertebrales de la estructura curricular, que están en referencia con la intencionalidad del programa, es decir, con la adquisición de las competencias integrales necesarias para actuar, comunicar, localizar, extraer y analizar información de diferentes fuentes, por medio de procesos de comparación, análisis, indagación, síntesis, deducción, y con criterio profesional.

La estructuración del currículo en áreas de formación es consecuencia de la reflexión que conduce a la construcción de categorías neurálgicas para la elaboración del plan de estudios, por tanto, deberán estar de acuerdo con la intencionalidad del programa ya que su objetivo es lograr en los estudiantes competencias cognitivas, socio-afectivas, prácticas y comunicativas necesarias para localizar, extraer y analizar información que

proviene de diferentes contextos o realidades, información que requiere ser analizada en un escenario local, regional, nacional e internacional.

Los cursos académicos constituyen subcategorías de las áreas y componentes de formación; expresan la organización y secuenciación de las unidades temáticas y los tiempos necesarios para lograr el proceso de estructuración del futuro profesional; están en relación con los conocimientos y prácticas o problemas organizados para el desarrollo del proceso de formación académica y los momentos o niveles secuenciales para la formación integral de la persona, necesarios para la profundización de las áreas específicas del saber que se convocan: procesos de maduración y desarrollo humano y cognitivo (estructuras lógicas del desarrollo del pensamiento, aprendizaje y conocimiento).

Para finalizar se deja en claro que el Programa de Comunicación Social de la Funlam formula su plan de estudios respetando las áreas de formación profesional y básica que establece la normatividad externa: Resolución Número 3457 de 2003 del Ministerio de Educación Nacional (diciembre 30-Por la cual se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Comunicación e Información) y los lineamientos de Afacom en el documento: Exámenes de calidad de la educación superior– ECAES en comunicación e información. Marco de fundamentación conceptual y especificaciones de la prueba ECAES en Comunicación e Información. Bogotá, abril 20 de 2004. Estas áreas se articulan y complementan con los lineamientos establecidos por la Funlam.

5.4 PLAN DE ESTUDIOS POR ÁREAS DE CONOCIMIENTO Y COMPONENTES DEL PROGRAMA

Gráfico 13. Plan de estudio CS05 Programa en Comunicación Social

Área	Semestre/componentes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Créditos
FORMACIÓN BÁSICA	Comunicación Educación e investigación	Comunicación, Educación y Cultura (3)	Pedagogía de los Medios y modelos pedagógicos (3)	Teorías de la Comunicación (2)		Historia de la Sociedad y Modelos Comunicativos (2)	Epistemolo-gía de la Comunicación Educación (2)	Teorías Cognitivas y del Aprendizaje (2)	Semiótica de la Educomunicación (3)	Etnografía de Comunicación Educación (Seminario trabajo grado) (3)	Comunicación-Educación y Ciudad (Seminario trabajo grado) (3)	29
						Generalidades del proceso investiga-ción-construcción objetos estudio (2)	Construcción teórica procesos investigación (2)	Diseño metodológico (2)				
		Inglés I (2)	Inglés II (2)	Inglés III (2)	Inglés IV (2)	Inglés V (2)	Inglés VI (2)	Inglés VII (2)	Inglés VIII (2)	Inglés IX (2)	Inglés X (2)	20
Formación Sociohumanista	Identidad Amigoniana	Contexto Amigoniano y humanismo (2)	Antropología y cosmovisiones (2)	Ética y axiología (2)	Desarrollo humano y formación sociopolítica (2)							8
FORMACIÓN PROFESIONAL	Periodismo	Introducción al Periodismo (2)	Géneros periodísticos (2)	Investigación periodística (2)	Producción de prensa (2)	Periodismo virtual (2)	Producción-información radial (2)	Producción-información de TV (2)	Periodismo y medios alternativos (2)	Práctica I (9)	Práctica II (9)	16
	Comunicación	Comunicación y organiza-ciones (2)	Comunicación publicitaria y mercadeo (2)		Gestión de comunicación (2)	Comunicación Corporativa (2)						8
	Expresión	Expresión Oral y Corporal (2)	Redacción y Ortografía (2)	Producción de texto escrito (2)	Literatura Clásica (2)	Literatura Contemoránea (2)	Apreciación Musical (2)	Apreciación Artística (2)	Apreciación Cinematográfica (2)			16
	Producción Audiovisual	Teoría de la imagen (2)	Fotografía (2)	Iluminación (2)	Diseño y diagramación (2)	Lenguaje radial (2)	Lenguaje de TV y Cine (2)	Edición y Producción (2)				14
	Multimedia	Herramientas Telemáticas (2)	Estructuras Audiovisuales (2)		Comunicación Hipermedia (2)		Ciberlenguajes (2)		Diseño por Software (2)			10
	Gestión Empresarial			Economía y Empresa comunicativa (2)		Legislación de Medios (2)		Administración Empresa Edu-comunicativa (2)				24
	Electivas			Electiva (2)	Electiva (3)	Electiva (2)	Electiva (2)	Electiva (2)	Electiva (4)			15
TOTAL		17	17	16	17	18	16	16	15	14	14	160

5.5 ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS

5.5.1 Generalidades Estructura y Organización de los Contenidos

El diseño curricular del Programa de Comunicación Social de la Funlam Medellín se fundamenta en ejes temáticos y problematizadores, a través de los cuales se posibilita, no sólo, la formación integral del estudiante, sino que además se despierta, desarrolla y fortalece el espíritu investigativo y la habilidad creativa, permitiendo así la búsqueda y hallazgo de nuevos conocimientos en torno al desarrollo conceptual y práctico de la comunicación desde los procesos de la comunicación-educación.

Esta propuesta pedagógica permite al estudiante apropiarse de su conocimiento y ser parte activa de su propio proceso de formación, en el cual el docente actúa como facilitador en torno a los procesos de enseñanza-aprendizaje. En coherencia con lo anterior, se destaca la formación teórico-práctica como posibilitadora del desarrollo de las competencias interpretativa, argumentativa y propositiva, que a través de los créditos académicos hace flexible el currículo y viabiliza la movilidad académica.

La organización de las actividades académicas del Programa está sustentada en las disposiciones legales vigentes. Para tal efecto, se trascribe de manera textual el Capítulo IV del decreto del Ministerio de Educación Nacional No. 1295 del 20 de abril de 2010, por el cual se reglamenta el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior. En este capítulo en específico se plantea lo siguiente frente al sistema de créditos académicos:

> Artículo 11.- Medida del trabajo académico.- Las instituciones de educación superior definirán la organización de las actividades académicas de manera autónoma. Para efectos de facilitar la movilidad nacional e internacional de los estudiantes y egresados y la flexibilidad curricular entre otros aspectos, tales actividades deben expresarse también en créditos académicos.

> Los créditos académicos son la unidad de medida del trabajo académico para expresar todas las actividades que hacen parte del plan de estudios que deben cumplir los estudiantes.
>
> Un crédito académico equivale a cuarenta y ocho (48) horas de trabajo académico del estudiante, que comprende las horas con acompañamiento directo del docente y las horas de trabajo independiente que el estudiante debe dedicar a la realización de actividades de estudio, prácticas u otras que sean necesarias para alcanzar las metas de aprendizaje.
>
> Artículo 12.- Horas con acompañamiento e independientes de trabajo.- De acuerdo con la metodología del programa y conforme al nivel de formación, las instituciones de educación superior deben discriminar las horas de trabajo independiente y las de acompañamiento directo del docente. Para los efectos de este decreto, el número de créditos de una actividad académica será expresado siempre en números enteros, teniendo en cuenta que una (1) hora con acompañamiento directo de docente supone dos (2) horas adicionales de trabajo independiente en programas de pregrado y de especialización, y tres (3) en programas de maestría, lo cual no impide a las instituciones de educación superior proponer el empleo de una proporción mayor o menor de horas con acompañamiento directo frente a las independientes. En los doctorados la proporción de horas independientes podrá variar de acuerdo con la naturaleza propia de este nivel de formación. (Decreto No. 1295 del 20 de abril de 2010)

Desde la autonomía en el manejo de créditos académicos que da la norma, el Programa en Comunicación Social de Medellín cuenta con 160 créditos distribuidos en 3 áreas: Formación Básica, Formación Sociohumanista y Formación Profesional, la primera con 3 Componentes y la tercera con 6. La distribución por créditos en cada una de las Áreas y sus Componentes está organizada de acuerdo con aquellos cursos que requieran mayor dedicación por tratarse del desarrollo de competencias más complejas. Así, los cursos de fundamentación conceptual y los que desarrollan habilidades teórico – prácticas son los de mayor intensidad.

La actual conformación del proceso formativo del Programa es concordante y fácilmente adaptable a los nuevos lineamientos institucionales para las reestructuraciones curriculares de los Programas. En estos lineamientos se propone que los programas de formación estén conformados por las siguientes Áreas:

a) Área de formación humanista. Pretende contribuir a los propósitos fundacionales y misionales de la Funlam, en lo concerniente a la formación del ser humano y su responsabilidad y proyección con lo social.

b) Área de formación básica. Esta área se organiza en dos componentes. Componente de Formación Básica Universitaria: formar en los campos necesarios para la generación de conocimientos y competencias comunicativas en una segunda lengua (Inglés) que permitan el abordaje de los avances científicos, tecnológicos y comunicativos en un contexto globalizado. Componente de formación básica Profesional. Fundamentación referida para la formación de los estudiantes en el campo de la comunicación, sus enfoques, escuelas y autores; para la construcción del campo disciplinar del énfasis del Programa: el debate comunicación–educación y para la formación investigativa específica.

c) Área formación profesional. Para formar en el dominio de los métodos propios de la Comunicación Social y sus componentes específicos: Periodismo, Expresión, Comunicación, Producción Audiovisual, Multimedia, Gestión Empresarial y Prácticas.

d) Área de Formación complementaria. Para contribuir a la formación integral del Comunicador Social, de acuerdo con el contexto de las Ciencias de Comunicación, la gestión y conocimiento de los procesos en los entornos empresariales y algunos temas electivos que apoyan la flexibilidad del programa.

Dentro de esta organización por créditos académicos el Programa de Comunicación Social de Medellín, cimentado sobre bases pedagógicas, acoge el trabajo independiente del estudiante como propio del proceso educativo y lo complementa con las actividades

del docente en concordancia con lineamientos institucionales que aumentan la capacidad y las habilidades del estudiante de nuestra Institución.

La importancia del trabajo independiente es complementada con la oportunidad de acceso a una biblioteca cada vez mejor equipada y con visión de largo plazo, así como de la hemeroteca y servicios de acceso a base de datos científicas que aseguran al estudiante un espacio independiente; pero dedicado al proceso intelectual en ambientes de aprendizaje. No es un trabajo en solitario como bien puede configurarse, es un trabajo dirigido que unido a elementos propios de la Institución acercan al estudiante al mejoramiento de su nivel profesional.

De igual forma, las actividades independientes son el espacio necesario para la investigación y para la creatividad, en donde el estudiante mediante sus indagaciones y consultas establece su criterio personal a través del cual construye en forma de significado lo que recibe por el docente y la comunidad académica, por lo cual, cobra una especial atención y exige al docente y a la Institución de educación superior trabajar de común acuerdo para construir a partir de este aspecto introducido por el crédito académico, las líneas de investigación, los semilleros de investigación, la profundización en temas de interés personal y de importancia de la comunidad.

En este contexto las actividades que se desarrollan al interior del proceso de enseñanza aprendizaje están creadas dentro de un consenso pedagógico que no sólo es un requisito de cálculo matemático sino un compromiso entre la Institución por el conocimiento que debe adquirir el estudiante, en el cual de forma consciente y activa, podrá interactuar dentro de este espacio por adquirir según su capacidad y pasión por el conocimiento específico, una mayor profundidad y saber. (Londoño, 2004)

Se observa entonces, que se dispone en la conformación y discriminación de los componentes del crédito académico de una dedicación equitativa entre el trabajo independiente y el trabajo con acompañamiento docente en todos los cursos específicos del Programa. Estos cursos equivalen a 124 créditos equivalentes a un total de 5.942 horas: la mitad dedicadas a trabajo independiente del estudiante y la otra mitad al acompañamiento directo del docente. En los cursos universitarios comunes, hay una

proporcionalidad diferente. En estas materias que equivalen a 36 créditos, equivalentes a 1728 horas, el 66.7% se dedica a trabajo independiente del estudiante mientras que el 33.3%% son de acompañamiento directo del docente.

Esta distribución de créditos no sólo está en línea con el compromiso institucional sino en relación con el trabajo que necesariamente se requiere para acercar al estudiante al saber específico de un tema.

Por lo tanto, el estudiante tendrá el espacio y el tiempo debidamente estructurado para desarrollar desde sus características propias, desde su idiosincrasia y desde su cosmovisión, un saber para sí, sin las estrictas o rígidas fórmulas, pero con la guía de un docente. Es importante aclarar llegado a este tema, que cada vez y en mayor número, los docentes del Programa deberán compartir los conocimientos que sobre la comunicación-educación se han publicado, teniendo en cuenta los espacios pedagógicos que potencializan las actividades del aula y fomentan la curiosidad y con ello el proceso analítico e investigativo fuera de ella.

Atendiendo a los lineamientos institucionales y según los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional, el Programa de Comunicación Social está estructurado en tres áreas fundamentales: la Formación Básica, la Sociohumanista y la Formación Profesional, cada una de ellas con componentes específicos los cuales se describen a continuación:

5.5.1.1 Área de Formación básica

Consta de tres componentes específicos:

5.5.1.1.1 Componente de Fundamentación Conceptual e Investigativa: Comunicación–educación

El Programa de Comunicación Social de Medellín articula de manera interdisciplinaria tres tipos de formación en este eje temático:

La primera está referida a la formación de los estudiantes en el campo de la comunicación, sus enfoques, escuelas y autores, según los direccionamientos de Afacom.

> La construcción conceptual y el movimiento del pensamiento comunicacional, configuran los límites del campo y orientan las posibilidades de acción e intervención del comunicador. En este sentido, es esencial el conocimiento de las tendencias teóricas del campo. Así mismo podemos decir que el manejo y comprensión del componente disciplinar abre posibilidades de reflexión y la ubicación de los problemas de comunicación en el mapa del pensamiento contemporáneo (Afacom, 2004, p.80).

La segunda constituye la construcción del campo disciplinar del énfasis del Programa: el debate Comunicación–Educación. Por medio de los seis cursos de este Eje Temático se acompaña todo el proceso de formación de los comunicadores–educadores. Se pretende la inclusión de dicho campo en el panorama de las Ciencias Sociales en la contemporaneidad.

La tercera, es la formación investigativa. Cada uno de los cursos de este Eje Temático aborda un problema específico de la comunicación-social en articulación con la comunicación–educación y construye o apoya la elaboración de un producto investigativo—formativo definido. El Eje Temático se propone generar ambientes propicios de aprendizaje y formación, desde una metodología hacia la indagación y la formación de competencias investigativas, y conformar un campo teórico y conceptual en el que los comunicadores–educadores en formación se reconozcan, se identifiquen y configuren comunidades académicas en torno a la problemática del debate.

Este proceso formativo está articulado a cursos y a número de créditos académicos:

Tabla 7. *Cursos y créditos del Componente de Fundamentación Conceptual e investigativa: Comunicación–Educación*

NOMBRE DEL CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Comunicación, Educación y Cultura	1	3
Modelos Pedagógicos y Pedagogía de los Medios	2	3

Teorías de la Comunicación	3	2
Historia de la Sociedad y Modelos Comunicativos	5	2
Epistemología de la Comunicación—Educación	6	2
Teorías Cognitivas y del Aprendizaje	7	2
Semiótica de la Educomunicación	8	3
Etnografía de la Comunicación–Educación (Seminario de Trabajo de Grado I)	9	3
Comunicación, Educación y Ciudad (Seminario de Trabajo de Grado II)	10	3
Total de Créditos		23

5.5.1.1.2 Área de Formación Sociohumanista

Con esta Área se pretende la construcción de la identidad de los comunicadores en los ámbitos de la impronta formativa de la Fundación Universitaria Luis Amigó. En esta Área se articulan los cursos universitarios comunes. Ellos son:

- **Componente de identidad amigoniana**

Este componente le apuesta a la configuración de un proyecto de vida, con compromiso y en el marco general de los derechos humanos, el humanismo cristiano, la ética y el sentido amigoniano de justicia.

Tabla 8. *Cursos y créditos del Área de Formación Sociohumanista*

NOMBRE DEL CURSO	NIVEL	CRÉDITOS
Contexto Amigoniano y Humanismo	1	2
Antropología y Cosmovisiones	2	2
Ética y Axiología	3	2
Desarrollo Humano y Formación Sociopolítica	4	2
Total de Créditos		8

- **Componente: Idiomas (Inglés)**

En el mundo de la comunicación actual es fundamental el manejo de una segunda lengua. Para el caso colombiano, preferiblemente es el inglés. Por tal motivo, la Fundación Universitaria Luis Amigó impartirá cursos de inglés con base en el Marco Común Europeo, de la siguiente forma:

- Seis cursos de dos créditos cada uno para todos los programas de pregrado ofrecidos en la Institución, con el fin de alcanzar el nivel B1.

- Además de los seis cursos comunes institucionalmente, los programas de Ingenierías, Comunicación Social, Publicidad, Negocios Internacionales, Gastronomía y Licenciatura en Inglés servirán cuatro (04) cursos adicionales cada uno de ellos con una intensidad de dos (02) créditos, para una intensidad total durante toda la carrera de 20 créditos académicos con el fin de alcanzar el nivel B2 del marco Común Europeo".(Acuerdo # 2 del 10 de abril de 2012 emanado del Consejo Superior de la Funlam)

Tabla 9. *Cursos y créditos del Componente Inglés*

INGLÉS		
Eje Temático	**Cursos**	**Créditos**
Inglés	I al X (2 créditos por semestre)	**20**

- **Componente: TICS**

Formación básica común en herramientas informáticas. Se desarrolla en un curso de dos (02) créditos académicos con la denominación: Competencias Fundamentales en TIC. El mismo se ofrecerá en el primer nivel de todos los programas de pregrado de la Funlam.

- **Componente: Investigativo**

Son seis (06) créditos académicos desarrollados en tres cursos, cada uno de ellos con una intensidad de dos (02) créditos. La denominación de los cursos será la siguiente:

Tabla 10. Cursos y créditos del Componente Investigativo

NOMBRE DEL CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Generalidades del proceso investigación-construcción de objetos de estudio	5	2
Construcción teórica en procesos de investigación	6	2
Diseño metodológico	7	2
Total de Créditos		6

5.5.1.3 Área de Formación Profesional

Esta Área de formación está relacionada

> con la apropiación y aplicación de conocimientos en un campo o énfasis específico, dentro de la misma área de conocimiento de la carrera que cursa el estudiante, lo que le permite profundizar en el conocimiento y el desarrollo de habilidades y destrezas en una actividad específica de ejercicio profesional del Comunicador Social. (Afacom, 2004, p. 74)

Desde los lineamientos Institucionales y del Programa la formación profesional cuenta con siete Componentes: Periodismo, Comunicación, Expresión, Producción Audiovisual, Multimedia, Gestión Empresarial y Componente de formación Complementaria o de Profundización (Electivas).

A continuación se presentan cada uno de los componentes con sus respectivos cursos asociados.

Tabla 11. Cursos y créditos del Componente de Periodismo

MATERIA	SEMESTRE	CRÉDITOS
Introducción al Periodismo	1	2
Géneros Periodísticos	2	2
Investigación periodística	3	2
Producción de prensa	4	2
Periodismo virtual	5	2
Producción e información radial	6	2
Producción-información TV	7	2
Periodismo-medios alternativos	8	2
Total de Créditos		16

Tabla 12. Cursos y créditos del Componente de Comunicación

NOMBRE DEL CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Comunicación y organizaciones	1	2
Comunicación publicitaria y mercadeo	2	2
Gestión de comunicación	4	2
Comunicación corporativa	5	2
Total de Créditos		8

Tabla 13. Cursos y créditos del Componente de Expresión

NOMBRE DEL CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Expresión Oral y Corporal	1	2
Redacción y Ortografía	2	2
Producción de Texto Escrito	3	2
Literatura Clásica	4	2
Literatura Contemporánea	5	2
Apreciación Musical	6	2
Apreciación Artística	7	2
Apreciación Cinematográfica	8	2
Total de Créditos		16

Tabla 14. Cursos y créditos del Componente Audiovisual

NOMBRE DEL CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Teoría de la imagen	1	2
Fotografía	2	2
Iluminación	3	2
Diseño y diagramación	4	2
Lenguaje radial	5	2
Lenguaje de TV y cine	6	2
Edición y Producción	7	2
Total de Créditos		14

Tabla 15. Cursos y créditos del Componente Multimedia

NOMBRE DEL CURSO	*SEMESTRE*	*CRÉDITOS*
Fundamentos en TIC	*1*	*2*
Estructuras Audiovisuales	*2*	*2*
Comunicación Hipermedia	*4*	*2*
Ciberlenguaje	*6*	*2*
Diseño por Software	*8*	*2*
Total de Créditos		*10*

- **Componente Prácticas**

Este Componente se organiza en dos cursos:

- **Práctica I: IX semestre – 9 créditos**

Esta Práctica Profesional le ofrece la posibilidad al estudiante de tener una primera experiencia de desempeño profesional en una Práctica Social Integrada e Interdisciplinaria en donde podrá entrar en interrelación con profesionales de otras áreas, a fin de intervenir conjuntamente en una realidad. El comunicador social también podrá desempeñarse en una empresa u organización de tipo social, cultural, periodística, educativa o comunitaria en la cual, igualmente, se hace posible el trabajo interdisciplinario.

- **Práctica II: X semestre – 9 créditos**

Busca ofrecer un segundo semestre de Práctica Profesional para el estudiante, éste puede ser en la misma institución o proyecto de la Práctica I. Sin embargo, el Programa le facilitará al estudiante la posibilidad de rotar por otro medio o área de desempeño profesional durante esta segunda práctica.

Las prácticas contarán con el tiempo suficiente para dedicar a la agencia respectiva el tiempo necesario, con lo que se garantiza un desempeño adecuado, para el estudiante y para la entidad.

Las prácticas en total tendrán 18 créditos.

- ***Componente Formación Complementaria o de Profundización***

Como una estrategia de complementación y profundización, el Programa de Comunicación Social de Medellín dispone en el Componente de Formación Profesional de 15 créditos electivos. Cursos, que de acuerdo con la flexibilidad, se ofrecerán con recurso propio o externo. A continuación se presenta, a manera de ejemplo, un listado de las electivas que se han ofertado en el Programa.

Tabla 26. Electivas que podrán ofertarse en el Programa de Comunicación Social. Fuente. Informe de autoevaluación del Programa de Comunicación Social Medellín– Septiembre de 2011

• Hermenéutica (2C) • Psicología de la Comunicación (2C) • Comun. Publi. Cienci y Tecno (2C) • Geopolítica (2C) • Observatorio de Medios (2C) • Comunicación para la Negociac (2C) • Literatura y Periodismo (2C) • Retórica de la Argumentación (2C) • Comunicación e Investigación (3C) • Didáctica de la Lectura y Escritura (2C) • Francés I y II • Psicología de la Espiritualidad (2C)	• Procesos de aprendizaje (2C) • Psicología Ambienta (2C) • Psicología de la Publicidad (2C) • Comunicación y Familia (2C) • Psicología y Espíritu de Discernimiento (2C) • Cristología (3C) • Lo simbólico, lo real y lo imaginario (2C) • Comunicación y Subjetividad. Y/o Cotidianidad (3C) • Redacción y Composición (2C) • Epistemología Publicitaria (2C) • Necesidades Educativas Especiales II (4C) • Técnicas de la Comunicación Verbal (2C)

Para concluir puede decirse que, en términos generales, las Áreas y los Componentes del Programa en Comunicación Social Medellín de la Funlam están distribuidos de acuerdo con los siguientes porcentajes:

Gráfico 14. *Distribución porcentual de las Áreas de Formación- Programa de Comunicación Social-Medellín*

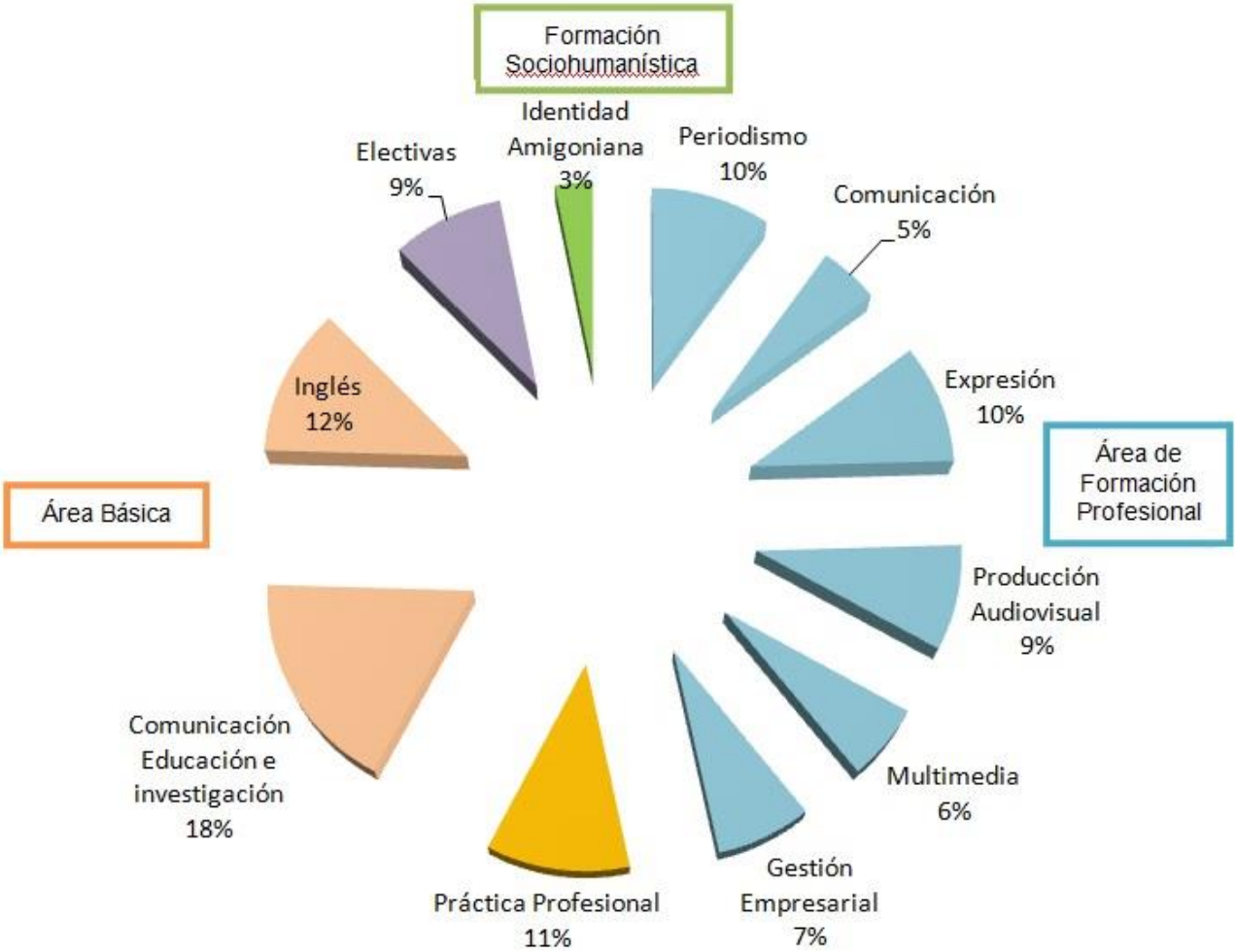


Gráfico 15. Distribución porcentual del Área de Formación Básica - Programa de Comunicación Social - Medellín

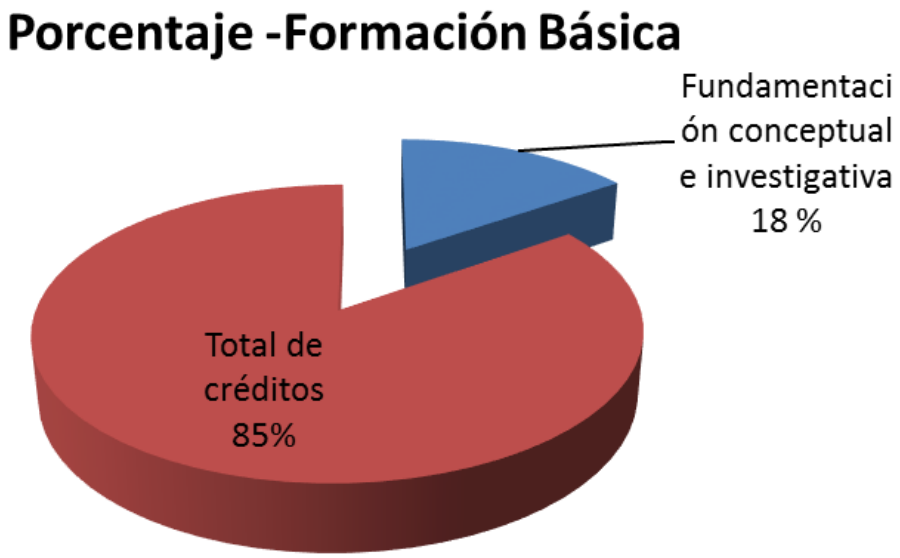
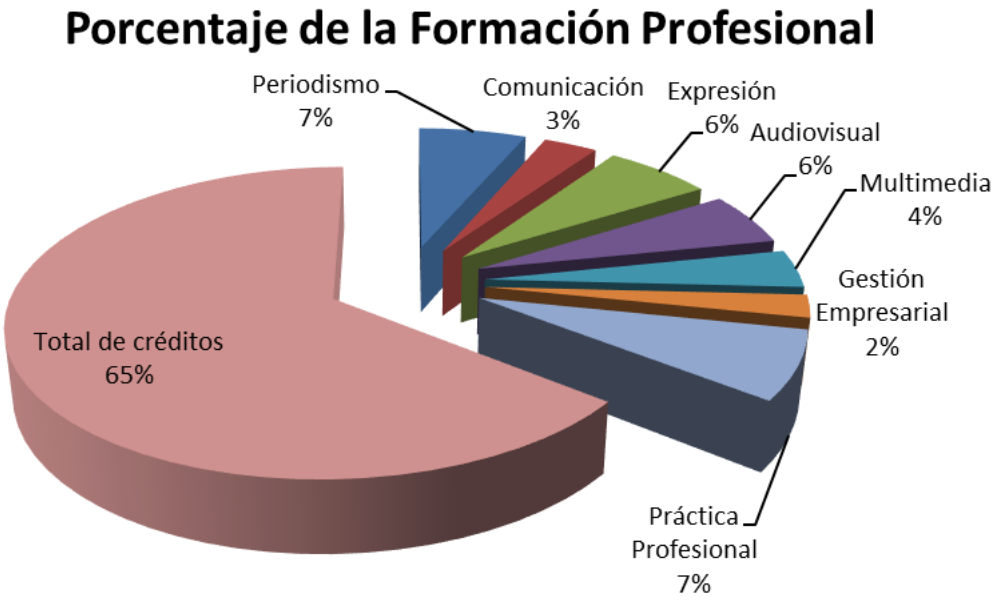


Gráfico 16. Distribución porcentual de los Componentes del Área de Formación Profesional - Programa de Comunicación Social - Medellín



5.6 LINEAMIENTOS PEDAGÓGICOS

La Funlam concibe la pedagogía como reflexión y experimentación permanente e intencionada sobre los procesos educativos, en un contexto sociocultural determinado. En esa medida, es el conjunto de saberes, conocimientos, principios, estrategias y prácticas, históricamente sistematizadas, organizadas y contextualizadas, que permiten orientar los procesos de formación y desarrollo humano integral de las personas, por medio de acciones que combinan la formación, la investigación, el aprendizaje y la evaluación (PEI Funlam, 2012).

Las características que identifican la concepción pedagógica de la Funlam están dadas por los planteamientos que consagra la misión, la visión, los principios, los valores, los objetivos y la política de calidad institucional; por las concepciones sobre el humanismo, el ser humano, la educación, la cultura, la sociedad y el conocimiento; y por las funciones sustantivas de la educación superior.

En la Funlam el ser humano es centro del proceso educativo y la educación es escenario de encuentro, de diálogo y de negociación de sentidos y significados entre maestros y estudiantes, sobre sí mismos, la sociedad, el mundo y los campos de la cultura. En los procesos educativos se atienden las distintas dimensiones del desarrollo humano en la perspectiva de obtener competencias integrales (actitudes, conocimientos, habilidades y destrezas) para el desempeño humano, profesional y social.

Formarse es “ponerse en forma y mantenerse en ella, situación que pertenece a las condiciones de existencia de un ser no terminado” (Gadamer, 1997). Es también, estar siendo con apertura a lo posible. El ser humano en cuanto a formación y desarrollo no es estático, es perfectible y de él se puede esperar lo inesperado; así como es capaz de desviarse y recorrer caminos equivocados, también puede regresar a los ya iniciados para retomarlos con libertad y autonomía. Es “creer siempre en la recuperación de las personas partiendo de su libertad y autonomía para decidir y comprometerse con su propio proyecto de vida” (PEI Funlam, 2012) como principio de la pedagogía amigoniana.

Para la Funlam, el ser humano, como ser integral, es perfectible, proyectivo, trascendente, autónomo, complejo y con limitaciones; es totalidad histórico-cultural inacabada que demanda procesos de autoconciencia y de relaciones por ser de naturaleza social. En

este sentido, la construcción del conocimiento parte de sus saberes previos y es el producto de las intersubjetividades que establece en el proceso educativo; mediante el diálogo, el debate y la confrontación de saberes construye “realidad”, saber validado socialmente y pertinente en relación con un contexto.

La acción pedagógica de la Funlam se apoya en los siguientes principios:

- Reconocimiento del ser humano como ser autónomo, perfectible, con dignidad, trascendente, histórico y social (aportes de la pedagogía Amigoniana).
- El sujeto que aprende es responsable de la construcción de su propio conocimiento (Teoría constructivista del conocimiento).
- El saber se construye socialmente en relación dialógica, mediante la reflexión y la práctica permanente, en un proceso reflexivo, en un contexto determinado y en relación con otros saberes (Pedagogía social).
- El saber es histórico y cultural, se construye a partir de los saberes previos, la contextualización y la intersubjetividad humana (Pedagogía histórico cultural).
- La acción pedagógica es una praxis (reflexión y acción) permanente y liberadora, un proceso crítico y una acción transformadora de realidades y contextos históricos, sociales y culturales (Pedagogía crítico social).

El objetivo primordial de la educación en cualquier metodología: presencial, a distancia o virtual no será solamente el de transmitir cultura, sino el de recrear la cultura. De ahí que la Funlam conciba la práctica educativa y pedagógica desde las relaciones dialógicas, la comunicación, el respeto por el otro y la corresponsabilidad de los actores que intervienen en el proceso, para la formación y desarrollo humano integral. La Funlam, valora los aportes de la inteligencia emocional como capacidad lógica de los seres humanos para dar solución e interpretar la propia vida y tratar de entender la de los demás, sin olvidar que son las emociones las que permiten sentir y que ellas son la base de los sentimientos (Goleman, 1995).

Desde estos lineamientos institucionales, el Programa de Comunicación Social de Medellín se traza principios propios que pretenden alcanzar el ideal de formación propuesto por la Funlam. A continuación se enuncian estos principios:

- **Enfoque pedagógico de lo comunicativo y lo mediático:** abordado desde el pensamiento kapluniano y Jorge Huergo.

> Aportes que se sintetizan en los siguientes aspectos: a) reivindican el diálogo, la participación y la relación intersubjetiva entre el docente y el educando; b) fomentan la lectura consciente y creativa de los medios así como la problematización y la socialización del conocimiento, aspectos clave que edifican el modelo de comunicación de carácter bidireccional; y c) brindan la posibilidad de que se establezcan espacios propicios para el intercambio dialéctico del consaber (Hernández Díaz, 204, p. 11).

- **Principios relacionados con el aprendizaje constructivista y lo crítico social:**

Autonomía: se asume al estudiante como un ser humano con iniciativa propia, responsable de sus acciones, capaz de desarrollar habilidades para la toma de decisiones y el autodireccionamiento, que aprende a aprender y que busca nuevas soluciones a los problemas de su vida y de su época.

Conocimiento: desde el Programa de Comunicación Social el saber-conocimiento se pone en diálogo con los estudiantes a través de la construcción de espacios de exploración, de descubrimiento y de invención. Se aprende haciendo, se aprende a aprender y a desaprender, y se parte de los saberes previos y de las necesidades de quienes participan del proceso educativo para que los aprendizajes sean significativos (Vigotsky, Ausubel).

Participación: se abren espacios para que los miembros de la comunidad educativa participen de manera activa y propositiva en el desarrollo y transformación permanentes de los procesos académicos y administrativos propios del Programa de Comunicación Social (pedagogía activa).

- **Desde lo crítico social**

Creatividad: se promueve un pensamiento original y divergente capaz de enfrentar las diferentes circunstancias de la vida académica, profesional y social con ingenio, siempre en búsqueda de nuevos caminos y posibilidades.

Investigación: desde la investigación científica y formativa el Programa trabaja en la construcción de conocimiento entorno a sus objetos de estudio.

Trabajo en grupo: se complementa con lo social, al incluir trabajo grupal los procesos reflexivos y promocionar la actitud crítica de quienes participen de los procesos académicos.

Contextualización y proyección: desde el conocer, desde el sentir y el hacer los miembros de nuestra comunidad académica están formados para trabajar cooperativamente en la transformación de sus realidades sociales y entornos.

Lo dialógico:

> Y qué es el diálogo, se pregunta Freire: es una relación horizontal entre personas que nace de una matriz crítica y genera crítica, se nutre del amor, la humildad, la esperanza, la fe, la confianza. Dice: Por eso sólo el diálogo comunica. Y cuando los polos del diálogo se ligan así, con amor, esperanza y fe uno en el otro, se hacen críticos en la búsqueda de algo. Se crea, entonces, una relación de simpatía entre ambos. Sólo ahí hay comunicación (1997a:104). (Safar, 2001)

5.7 MEDIOS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROCESOS ACADÉMICOS DEL PROGRAMA

El programa se apoya en los medios disponibles en la institución, relacionados con recursos bibliográficos y de hemeroteca, para ello se cuenta con un Reglamento de Biblioteca establecido en el Acuerdo No. 14 de 2011, Acta 07 del 6 de Septiembre de 2011 en el cual se especifican aspectos reglamentarios de los servicios ofrecidos, garantizando la utilización racional de la información, existencia, conservación y preservación de los materiales bibliográficos de la Institución, en función de todos sus programas académicos.

Las Bibliotecas de cada sede pertenecen a grupos y redes locales, conexiones a redes, acceso a bases de datos en línea, sistema de interconectividad, así como con los recursos e infraestructura tecnológica que permiten la optimización de recursos y la colaboración interinstitucional para el ofrecimiento de servicios de información.

Se cuenta con dotación de Equipos Informáticos para Docentes, Dotación de Software para Unidades Administrativas, la unidad de Tecnología para la Educación, acceso a internet, intranet, cuentas de correo institucionales, un Centro de apoyo virtual y el servicio de bienestar virtual.

5.8 LINEAMIENTOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES

La Funlam cuenta con una concepción de evaluación coherente con las demandas de formación integral y de reconocida legitimidad en los contextos local y nacional. Ésta se explicita en: el PEI, el Reglamento Estudiantil, el PEP y varias Directivas Pedagógicas Institucionales.

El Proyecto Educativo Institucional considera entre las políticas relacionadas con la docencia, que la evaluación del estudiante será integral y por competencias ciudadanas, profesionales y ocupacionales. Define la evaluación como “un proceso crítico, intencionado y sistemático de recolección, análisis, comprensión e interpretación de información que permite a los actores educativos valorar el estado en que se encuentra la formación integral de los estudiantes”. De igual manera, detalla las características, los criterios, las finalidades y los medios para la evaluación.

En el Reglamento Estudiantil se presentan los aspectos relacionados con “la evaluación, certificación y promoción” de los estudiantes, tales como:

- Finalidades de la evaluación.
- Aspectos evaluables que recogen el desarrollo de la persona, los aspectos académicos de formación profesional.
- Técnicas e instrumentos para la evaluación.
- Eventos de evaluación y de recuperación.

- Seguimiento permanente en todas y cada una de las actividades del proceso de enseñanza y de aprendizaje.
- Propósitos de formación de la Institución y de los programas.
- Participación activa de los estudiantes.
- Escala valorativa (como representación formal y numérica del proceso) a la que se debe ceñir el docente para efectos de promoción y certificación.

De otro lado, los medios de evaluación, entre ellos, el Portafolio Personal de Desempeño aportan al seguimiento del estudiante como registro y compendio de las diferentes actividades evaluativas y de reflexión permanente que este realiza. Por su estructuración centrada en un trabajo por procesos, se constituye además, en la herramienta básica para que el estudiante se autoevalúe. El Reglamento estudiantil lo define "como elemento esencial para el desarrollo y evaluación integral de la persona, con miras a la excelencia académica" y lo determina como "elemento esencial para cualquier apelación a la instancia correspondiente, en aquellos casos en que el estudiante lo decida, por estar en desacuerdo con la certificación final al terminar el curso".

Por su parte, en el Programa académico, la evaluación es coherente con la filosofía institucional y acorde con las competencias específicas del perfil que se espera alcanzar. En tal sentido, el Proyecto Educativo del Programa define en materia de evaluación académica de los estudiantes, la aplicación del Reglamento Estudiantil y exige a los docentes incluir en la carta descriptiva y el proyecto docente del curso la forma de evaluación de los estudiantes, de acuerdo con la metodología del programa. Así mismo, concreta como tipos de evaluación los siguientes:

- **La auto-evaluación**

Comprende la autogestión, la autonomía moral y cognitiva, que se va generando en las experiencias pedagógicas del estudiante. Para este propósito, el portafolio personal de desempeño es un medio esencial del estudiante para dar cuenta de sus aprendizajes y dificultades en su proceso de formación.

- **La co-evaluación**

Comprende la capacidad de interactuar con las demás personas, la capacidad de trabajar en grupo, compartir y dialogar sobre intereses comunes, comprender, concertar, aceptar y reconocer diferencias.

- **La hetero-evaluación**

La hace el docente, y comprende la aplicación de técnicas e instrumentos para evaluar la capacidad del estudiante para distinguir, comprender, interpretar e interiorizar conocimientos y resolver problemas.

Así mismo, los criterios, políticas y reglamentaciones institucionales y del Programa en materia de evaluación se difunden en las jornadas semestrales de inducción de estudiantes y a través del sitio web. De igual manera, al inicio de cada curso cada docente explica la propuesta evaluativa que le es inherente al desarrollo del curso y que se estructura a partir de las directrices institucionales y del Programa.

El Reglamento Estudiantil en el capítulo XII, Sistema de Evaluación Académica, plantea el concepto de la promoción en la Funlam como “el acto que permite al estudiante avanzar en su respectivo plan de estudios”. De igual manera, define la certificación como “el documento que, como decisión final, elabora el docente, con base en la escala establecida para acreditar el nivel de formación adquirido por un estudiante”. Para efectos de promoción y de certificación al finalizar el período académico, el docente se ciñe a la siguiente escala, “como representación formal y numérica del proceso”.

Para aprobar un curso, el estudiante debe obtener una certificación mínima de Aceptable (3.0). Los cursos que no son cancelados según los trámites establecidos, se certifican con Cero (0.0). Los cursos cancelados voluntariamente, se informan como tal y no tienen ninguna certificación.

Tabla 17. Escala de promoción y certificación

Criterios de valoración para la promoción	Certificación
Cuando el estudiante logra los objetivos, tanto esenciales como complementarios y, además, los enriquece con sus aportes; se valorará como excelente.	4.6 – 5.0
Cuando logra los objetivos esenciales y complementarios satisfactoriamente; se valorará como sobresaliente	4.0 – 4.5
Cuando logra los objetivos esenciales y algunos de los complementarios; se valorará como bueno.	3.5 – 3.9

Criterios de valoración para la promoción	Certificación
Cuando solo logra los objetivos esenciales; se valorará como aceptable.	3.0 – 3.4
Cuando no logra los objetivos esenciales aunque demuestra esfuerzo e interés; se valorará como insuficiente.	2.5 – 2.9
Cuando no logra los objetivos esenciales y, además, no demuestra interés ni motivación en el proceso, se valorará como deficiente.	2.0 – 2.4
Cuando no logra los objetivos esenciales ni los complementarios y no demuestra interés ni motivación; se valorará como muy deficiente.	1.0 – 1.9
Cuando el estudiante no cancele un curso según los procedimientos institucionales o deja de asistir al 20% o más del total de horas del curso (encuentros, asesorías y actividades pedagógicas previstas para el desarrollo del proceso formativo de acuerdo con su modalidad).	0.0

La valoración o certificación dada por el docente al estudiante durante el proceso de desarrollo del período académico, deberá ser diferenciada y particularizada de acuerdo con los objetivos y competencias propuestas para el desarrollo de los cursos matriculados; atendiendo la singularidad del aprendizaje y los desempeños de cada estudiante y siendo consecuente con los criterios de valoración considerados en la tabla de promoción y de certificación anterior.

6. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE DOCENCIA

6.1 MÉTODOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Coherente con el enfoque-modelo pedagógico Amigoniano y sus principios, la integración de conocimiento que se facilita desde la interdisciplinariedad, el trabajo en equipo, la reflexión de las realidades sociales, se requiere provocar procesos de indagación y discusiones colectivas, desde los aportes individuales. Por lo anterior se desarrollan estrategias metodológicas, como:

- Aprendizaje basado en problemas: partiendo de situaciones que generen en el estudiante la indagación, el análisis y la reflexión de su quehacer profesional y la puesta en marcha de alternativas de solución.
- Aprendizaje basado en conceptos: donde se desarrolla el análisis, la crítica, competencias argumentativas y propositivas, que permitan generar en el estudiante un cuerpo teórico sólido.
- Coloquios: donde se exponen y debaten conocimientos ante un grupo que se compone por expertos en la temática y por los estudiantes
- Pasantías: mediante las cuales, los estudiantes, podrán poner en práctica los conocimientos teóricos y aplicarlos en los contextos reales de los procesos de enseñanza-aprendizaje.
- Aplicación de instrumentos de evaluación: test, pruebas, inventarios y observaciones sistematizadas del proceso de enseñanza-aprendizaje
- Clase magistral: donde se desarrollarán los contenidos teóricos de cada una de las áreas de formación, relacionadas con el Programa.

6.2 ESTRATEGIAS Y MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO POR PARTE DEL DOCENTE AL TRABAJO QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES

Para el acompañamiento de los estudiantes en el Programa, se tienen en cuenta no sólo los aspectos relacionados con la enseñanza de saberes concretos, sino también aspectos relacionados con su proceso de formación personal y social, para ello docentes y directivos sostienen una interacción permanente con los estudiantes, usando medios como las asesorías personales o por medio de correos electrónicos o las redes sociales. Igualmente, se realizan reuniones generales con los estudiantes o con sus representantes y se involucran en la planeación de actividades relacionadas con las funciones sustantivas de la educación superior, mediante la creación grupos de trabajo.

6.3 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y COMUNICATIVAS

El reglamento estudiantil de la Funlam, considera los siguientes instrumentos de recolección, análisis y procesamiento de información que permiten valorar, acompañar y comprender el estado del proceso de formación y el desarrollo integral de los estudiantes.

- Argumentaciones orales.
- Sustentaciones escritas.
- Actividades prácticas.
- Guías o formatos de evaluación.
- Portafolio personal de desempeño.

Considera este mismo documento que los aspectos básicos que se deben evaluar tienen que ver con los referidos al desarrollo de la personalidad y académicos de formación profesional.

Esta perspectiva de evaluación se inscribe en el paradigma de evaluación integral, que buscan la calidad y la excelencia educativa a partir de la integración de las dimensiones del ser, el conocer, el saber hacer, el trascender y aprender a vivir juntos.

6.4 INTEGRACIÓN DE LAS TRES FUNCIONES SUSTANTIVAS – DOCENCIA, INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL

El Programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó incorpora de manera integral en las Cartas Descriptivas y en los Proyectos Docentes los resultados de la labor de investigación, fundamentando la articulación de los tres pilares básicos de la gestión en Educación Superior de la siguiente manera:

La función de docencia en el Programa

Tiene en cuenta los métodos de enseñanza-aprendizaje, en relación con los fundamentos de la docencia en la institución y la naturaleza del programa.

Formula estrategias y mecanismos de seguimiento y acompañamiento por parte del docente al trabajo que realizan los estudiantes, de acuerdo con la naturaleza del programa, las áreas académicas y las tendencias de la disciplina y la profesión.

Incorpora los adelantos y las transformaciones técnicas y tecnológicas, de acuerdo con el desarrollo de las TIC en información y comunicación.

Promueve el uso de estrategias didácticas y comunicativas, en correspondencia con la fundamentación didáctica que contempla el Proyecto Educativo Institucional y la metodología más adecuada formulada para la formación de Comunicadores Sociales formulada por agremiaciones de amplia trayectoria y de reconocido prestigio Nacional e internacional.

Continuamente se preocupa por ejercer una actualización y evaluación de la producción de material de apoyo, para el desarrollo de la docencia.

La función de investigación en el Programa

Incorpora a la labor docente estrategias orientadas a promover la capacidad de indagación y búsqueda, y la formación de un espíritu investigativo, creativo e innovador en los estudiantes.

Formula múltiples estrategias pedagógicas para incentivar en los estudiantes la generación de ideas y problemas de investigación y la identificación de problemas en el ámbito medial, susceptibles de ser resueltos, mediante la aplicación del conocimiento y la innovación.

Las propuestas de investigación se formulan teniendo en cuenta las áreas de formación profesional, las tendencias de la disciplina y de la profesión .Luego se promueve su incorporación en la creación y dinamización de grupos, líneas y semilleros de investigación del programa.

Mediante las actividades extracurriculares como el Seminario Internacional de investigación en Comunicación y de la Semana de la Comunicación, la Publicidad y el Diseño se detectan tendencias y se incorporan las temáticas en la formulación de cursos electivos.

La ejecución de las pasantías y las visitas académicas a otras ciudades son espacios del programa de Comunicación Social que posibilitan su vinculación con el sector productivo -donde se analiza la naturaleza de la investigación científica, técnica y tecnológica, la innovación, sus objetos de indagación, sus problemas, oportunidades y sus resultados y soluciones-.

El programa de Comunicación Social ha establecido convenios para desarrollar proyectos Universidad-Empresa-Estado.

La función de extensión o proyección social en el Programa

El programa de Comunicación Social acoge las políticas institucionales en materia de extensión o proyección social. Entre las actividades de extensión o proyección social a la comunidad que desarrolla el Programa están las prácticas empresariales**,** los servicios de

asistencia técnica o tecnológica, las asesorías y las consultorías, además, de otros apoyos que realiza el programa de acuerdo con su naturaleza y modalidad entre los cuales podemos mencionar los proyectos de aula.

Estos proyectos de aula -PA- son para el Programa y la Facultad proyectos pedagógicos que se articulan al PEI y al PEP del Programa.

Para tal efecto, se considera una visión del mundo y de la educación que pasa por la misión de la Institución y el hecho de asumir "los postulados del Humanismo Cristiano que otorgan a la actuación humana un sentido trascendente, actualizado y dinamizado en los principios" (PEI) y valores de la pedagogía amigoniana. Los Proyectos de Aula –PA- contribuyen al desarrollo de las capacidades y competencias del profesional en formación, desde una perspectiva crítica que promueve la adopción de habilidades para contribuir a la transformación social.

Dentro de la concepción de la educación de la Funlam y de los programas de la Facultad, el PA se inscribe en la escuela constructivista y se caracteriza por un conjunto de acciones que surge de la iniciativa estudiantil y del liderazgo docente. "Aprender haciendo", es parte de la estrategia que equilibra teoría y práctica.

Los proyectos de aula inculcan tanto la motivación para crear proyectos de vida propios, como los primeros pasos del emprenderismo en contexto altamente competitivos. De esta manera, se acercan los aprendizajes estudiantiles a lo que denominamos "principio de realidad". Se considera también su valoración desde una "enfoque conceptual, y se encuentran tres espacios que permiten el desarrollo de este: Espacio de Conocimiento, abierto a realidades educativas y contextos distintos; Espacio de Formación, el cual es un eje básico de mejora; y por último, un Espacio de Intercambio" (Elías Said Hung, 2009). En esencia, el proyecto es colaborativo y refuerza tanto la iniciativa como las competencias comunicativas y de trabajo en equipo.

Varios de los cursos, enmarcados en las respectivos Áreas y Componentes del Plan de Estudio, cuentan con PA y productos respectivos que se ejecutan en su proceso regular. Además, desde la concepción inicial de los programas de la Facultad, existen proyectos

de aula especiales, de mayor exigencia y, por tanto, sus productos son de mayor aprendizaje y trascendencia y requieren mayor acompañamiento docente. Ellos son:

- Sextante: periódico impreso. Financiado en alto porcentaje por las actividades de los estudiantes. Un grupo de docentes acompañan el proceso. Se inicia en la primera semana de clases. Salen 4.000 ejemplares – color. Más de 20 páginas. Mínimo 4 grupos de Producción de Prensa por semestre, más de 120 estudiantes. Cada uno investiga un tema. Se escogen los mejores.

Se presenta oficialmente en un evento de cierre, con actividad cultural adicional y entrega de "Reconocimientos Sextante", a los mejores trabajos de todos los niveles, en el Componente de Periodismo. El periódico se distribuye en Funlam, otras universidades, bibliotecas y diferentes espacios de la ciudad. Existe Sextante digital, desde el primer número, y se puede visualizar por la web de la Funlam.

- Azul Naranja – Palabra Digital: informativo virtual con espacio en la web de la Funlam.

Su producción se genera en la materia de Periodismo Virtual. Regularmente son 4 grupos o más y más de 120 estudiantes. Se labora con la secciones de un periódico digital regular. Es el primerio periódico virtual universitario del Departamento

- Espacio Urbano: informativo radial de emisión diaria. Duración 30 minutos. Se transmite por Zona Radio 88.4 FM, de lunes a viernes. Es una emisora comunitaria que cubre el norte de Medellín y está asociada a los proyectos comunitarios de las comunas aledañas a Castilla. Participan estudiantes de las materias de Radio, con una estrategia de asignación de fuentes, áreas de información y rotación de responsabilidades. El noticiero inicialmente se emitía como 1230 AM Noticias por la Emisora Minuto de Dios y fue censurado por el Gobierno Nacional hace 4 años. Hoy se continúa emitiendo con éxito en la emisora comunitaria y permite la práctica del periodismo radial a los estudiantes

- Contando la U: informativo de Televisión. El formato es Telerrevista y se cubren los principales eventos de la Funlam. Se trabaja con los grupos de Televisión informativa y un formato dinámico, con presentadores seleccionados mediante casting. Para el efecto, se emplean los diversos recursos de los Laboratorios de la Facultad.

Los contenidos periodísticos se acuerdan previamente con el Jefe de la Oficina de Comunicaciones de la Universidad, la Coordinación de Laboratorios, la Coordinación de Componente de Periodismo y los docentes que sirven las materias respectivas.
Tu Espacio: Espacio radial adscrito a las materias de Radio y al grupo de interés de Radio, conformado por estudiantes voluntarios y de iniciativa que realizan actividades extracurriculares.

El formato es radio revista y los productos se emiten en diferentes emisoras comunitarias y de municipios de Antioquia. Se trabaja desde el énfasis en comunicación-educación y la concepción de trabajo se realiza desde la pedagogía de los medios, mediante un trabajo lúdico de aprendizaje.

6.5 ESTRATEGIAS Y MECANISMOS PARA LA PERMANENCIA Y RETENCIÓN DE ESTUDIANTES

La Fundación Universitaria Luis Amigó desde la Coordinación del Programa de Permanencia Académica con Calidad y Prevención de la Deserción Estudiantil, solicita semanalmente a cada Director de Programa el reporte de estudiantes con repetidas inasistencias, bajo desempeño académico y de aquellos cuyos profesores hubiesen identificado con problemas emocionales y/o familiares que pudieran estar interfiriendo en su rendimiento. Esto con miras a la realización de un trabajo articulado, de beneficio mutuo y en pro de los educandos.

Por tal motivo y con el fin de contribuir no solo a la permanencia con calidad y la prevención de la deserción, continuamente se está haciendo retroalimentación del estado de evolución de cada uno de estudiantes referenciados en la información enviada por cada programa. También se realiza el acompañamiento a aquellos estudiantes que lo solicitan de manera particular.

Este ejercicio a nivel institucional, tiene un impacto medible en el mediano plazo, y va creando una cultura por parte de los estudiantes y docentes sobre la importancia de la presencia y del seguimiento de desempeño académico de los estudiantes en cada curso,

ésta sin duda es una actividad muy valiosa al momento de identificar potenciales desertores.

Adicionalmente, semestralmente se realizan campañas de sensibilización dirigidas a los estudiantes sobre la importancia y necesidad de asistir a todas las asignaturas matriculadas, de llegar temprano, de permanecer en el aula durante el tiempo que dure la clase y de acercarse al profesor cuando el educando considere que existen situaciones de fuerza mayor que pueden incidir negativamente en su proceso académico.

6.6 ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR EL ÉXITO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES

Las posturas pedagógicas del Programa se fundamentan en el Proyecto Educativo Institucional y en sus enfoques de la pedagogía social, crítica y activa. Desde estas posturas retomamos elementos centrales coherentes con una pedagogía más dialógica y comunicativa:

> La educación es un escenario de encuentro, de diálogo y de negociación de sentidos y significados entre maestros y estudiantes, sobre sí mismos, la sociedad, el mundo y los campos de la cultura. En los procesos educativos se atiende a las distintas dimensiones del desarrollo humano en la perspectiva de obtener competencias integrales (actitudes, conocimientos, habilidades y destrezas) para el desempeño humano, profesional y social). El aprendizaje es el centro del proceso pedagógico – didáctico de los maestros en sus relaciones con los estudiantes (PEI Funlam, 2012).

Para la Funlam

> el ser humano es el centro del proceso educativo y es un ser integral, perfectible, proyectivo, trascendente, autónomo, complejo y sin limitaciones; es totalidad histórico-cultural inacabada que demanda procesos de autoconciencia y de relaciones por ser de naturaleza social.

> En este sentido, la construcción de conocimientos parte de sus saberes previos y es producto de las intersubjetividades humanas que establece en el proceso educativo; mediante el diálogo, el debate y la confrontación de saberes construye “realidad”, saber validado socialmente y pertinente en relación con un contexto (PEI Funlam, 2012).

.

Al igual que para la Funlam, en su Proyecto Educativo Institucional, para el Programa de Comunicación Social

> la didáctica no se reduce al método, ni a los componentes relacionados con la posibilidad de llevar a cabo el método, los medios y las formas de organización de los participantes, sino que está inserta en todo el proceso educativo. Si la pedagogía reflexiona las intencionalidades de la educación, en relación con las necesidades educativas sociales y personales en un contexto histórico y cultural; y el currículo reflexiona y sistematiza la red de relaciones entre los componentes del proceso educativo para darle estructura, la didáctica hace posible tanto las intencionalidades como las relaciones entre los componentes (…) (PEI Funlam, 2012).

Por consiguiente, el trabajo didáctico en la Funlam gira en torno a las siguientes estrategias (PEI Funlam, 2012):

> 1. Participación permanente de los actores de la comunidad en los procesos educativos, para lo cual cada persona gozará del ejercicio de su libertad, independencia y capacidad de autodeterminación. La formación de los estudiantes se basará en la autonomía moral, social e intelectual; y posibilitará la reflexión, acción y transformación de las problemáticas que afectan su calidad de vida y la de la sociedad.
>
> 2. Potenciación de interacciones que generen un proceso permanente de diálogo sobre el saber, los conocimientos y las prácticas, lo que implica una actitud reflexiva y crítica tendiente a la construcción de un nuevo orden sociedad.

3. Reconocimiento de la dignidad de las personas fundamentado en el respeto y en una actitud consecuente con los derechos y deberes. Estudiantes, docentes y directivos estarán en una continua búsqueda del bien común y de competencias profesionales integrales, mediadas por normas de convivencia.

4. Reconocimiento de la autoridad del otro y vivencia responsable de los valores humanos, en coherencia con la filosofía institucional y con los propósitos de formación de los programas.

5. Relación permanente del trabajo en el aula con la cotidianidad del estudiante y con las problemáticas sociales y culturales. El desarrollo de actitudes y competencias investigativas hará parte de los procesos.

A partir de estas directrices, el Programa Comunicación Social de Medellín promueve el desarrollo curricular mediante estrategias derivadas de modos alternativos de conocer en una sociedad hipermediatizada; modos que son temáticos en el énfasis del Programa y que se desprenden de los constructos teóricos del debate comunicación-educación y de los desarrollos investigativos y de construcción de conocimiento propios del desarrollo del Programa en sus años de existencia. Por ello, sus áreas, componentes y cursos se apoyan en estrategias hipermediales y audiovisuales, tales como:

- ✓ Trabajo de estudiantes y docentes a través de blogs y redes sociales.
- ✓ Trabajo en la Plataforma DICOM.
- ✓ Creación de medios y micromedios para apoyar el trabajo en clases y los desarrollos comunicativos de la Facultad (Por ejemplo: Sextante, Azul Naranja, 1230 noticias, proyectos televisivos en el canal Televida como Hora de consultar, entre otros).

También se ha promocionado el establecimiento de una Agenda Evaluativa que se incluye en los Proyectos Docentes; la programación periódica de eventos como la presentación del Periódico Sextante (donde se hacen reconocimientos y valoraciones de experiencias pedagógicas); la socialización de Prácticas y de Trabajos de Grado; los Seminarios Permanentes, entre otras.

De la misma manera, se desarrollan estrategias como:

Portafolio personal de desempeño: por medio del portafolio se evalúan avances individuales del proceso de aprendizaje. Al finalizar el estudiante cada asignatura, los portafolios deben ser presentados como registro de lo que se hizo durante el proceso de formación.

Pruebas: dan cuenta del avance en el proceso de aprendizaje de los estudiantes. (Tipo Saber Pro)

Producciones escriturales: ensayos; relatorías; textos argumentativos, expositivos y descriptivos; informes de lectura; textos periodísticos; y en general, escritos que den cuenta del análisis y reflexión sobre las temáticas de los cursos. **Aprendizaje colaborativo:** se incentiva el trabajo en grupo en lo presencial y en lo virtual para conocer, compartir información y ampliarla.

El aprendizaje basado en problemas: se plantean problemas y casos de interés para los estudiantes y su saber disciplinar y se le motiva a que encuentre las soluciones y autoevalúe constantemente este proceso.

Talleres de construcción grupal: en estos talleres se parte de los saberes previos de los estudiantes y se va realizando una construcción de conocimiento en grupo a partir de objetos de conocimiento específico. En un taller se entremezclan técnicas orales, escritas, foros, trabajo con medios alternativos, entre otros.

Prácticas profesionales: el seguimiento de las labores de desempeño profesional en empresas y agencias publicitarias permite evaluar la capacidad de gestión del estudiante.

Foros, seminarios y conversatorios evaluativos: buscan generar opinión y discusión entre docentes y estudiantes, en el desarrollo de las temáticas de los cursos.

Invitados: los invitados tienen un efecto benéfico y oxigenante en el programa, por el carácter de aprendizajes fuera de la propuesta de cursos, que adicionalmente le traen al estudiante nuevas experiencias invaluables para su formación y para su vida profesional.

Dentro de la modalidad, se plantean invitados que se desempeñan en cargos y actividades afines al Programa, y que traen consigo experiencias y nuevos conocimientos, no solo para los estudiantes, sino en general para la comunidad académica. De igual manera, la modalidad de profesor invitado enriquece los cursos; además, el estudiante tiene contacto con docentes que imparten cátedras afines en otras Universidades.

El programa a través de los 10 niveles de inglés asegura competencias básicas en segunda lengua, correspondiente al saber específico en lo referente a la Comunicación Social.

La metodología propuesta para el desarrollo de este programa se centra en un enfoque humanista, que respeta las diferencias individuales de los estudiantes y en la cual se propicia el libre desarrollo de su personalidad. Se busca crear un ambiente para el aprendizaje de la lengua que promueva el contacto con la cultura y que se trabaje en un ambiente agradable para el logro de los objetivos propuestos. Igualmente, la creación de espacios para el aprendizaje en los cuales se promueva la motivación, la responsabilidad y el compromiso.

Este programa busca promover el trabajo participativo y activo, para crear un espacio de interacción constante entre docente y estudiantes, y entre los mismos estudiantes, mediante actividades de carácter individual, en parejas, y en grupos. El trabajo con el par le permite al estudiante estar en un desarrollo constante de su zona de desarrollo próximo y no crea dependencia del docente. El trabajo en grupo es la oportunidad de compartir y retroalimentarse a través de actividades permanentes en clase y fuera de ella.

El desarrollo de las habilidades del lenguaje se complementa a través de actividades que potencian procesos receptivos y productivos. En el aspecto receptivo se busca desarrollar la habilidad de reconocer estructuras previamente trabajadas que le permita abordar la información nueva en contextos de escucha y lectura. En el productivo se muestra la manera como el estudiante manipula el lenguaje para construir sus mensajes en contextos de habla y escritura.

El aprendizaje de la lengua se da a partir de la integración de las competencias comunicativas al discurso cotidiano. Se busca promover en los estudiantes la expresión

oral de sus ideas y posturas frente a las temáticas de clase. El aula se convierte pues, en un espacio para el intercambio de ideas y conocimiento de cultura con el fin de simular contextos reales para el uso del lenguaje.

En los cursos se busca el desarrollo de las competencias lingüísticas y las habilidades comunicativas desde una perspectiva metodológica basada en tareas y actividades. Los procesos de aprendizaje y comunicación se basan en tareas que incluyan el lenguaje y la competencia comunicativa y que le permitan al estudiante aplicar estrategias de aprendizaje. Las actividades que componen las tareas pueden ser receptivas, de producción y de interacción. Las actividades receptivas son las que se centran en input de lenguaje, es decir, en las que el estudiante recibe el lenguaje. Las actividades de producción muestran el uso productivo del lenguaje, mientras que las de interacción le exigen interactuar con el lenguaje, sus hablantes y el contexto sociolingüístico de éste.

Las tareas y las actividades giran en torno al uso del lenguaje en los siguientes campos: público, personal, educativo y ocupacional. El campo de lo público se relaciona con la vida cotidiana, el personal con las relaciones interpersonales, el educativo con el contexto de formación y aprendizaje y finalmente, el ocupacional con el ejercicio de su profesión.

Con el fin de apoyar los procesos de aprendizaje del inglés, el Departamento de Idiomas cuenta con los siguientes servicios:

Club de Conversación. Espacio académico en el cual los participantes se reúnen con un docente durante una hora a la semana para discutir un tema de interés en inglés.

Preparación para pruebas estandarizadas. Este servicio ha tenido dos fines: el de preparar a los estudiantes con estrategias para tomar una prueba estandarizada y familiarizarlos con el formato de las pruebas.

Tutorías. Espacio académico que permite solucionar las dificultades que tenga el estudiante en su proceso de aprendizaje mediante la profundización de las temáticas trabajadas en las asesorías o en las actividades complementarias. Las tutorías son parte de las actividades y proyectos de los docentes de medio tiempo y tiempo completo.

El programa de Comunicación parte del Reglamento Estudiantil para implementar sus técnicas e instrumentos de evaluación. Por ello, los diferentes cursos apoyan los procesos evaluativos con técnicas:

A. **Orales**: grupos de discusión, exposiciones y sustentaciones verbales, entre otras.
B. Escritas: mapas conceptuales, ensayos, pruebas acumulativas de conocimiento individual (PACI) tipo Saber Pro, sistematizaciones, protocolos, informes, relatorías, entre otras.

C. Prácticas: entrevistas, puestas en escena, demostraciones, experimentos, laboratorios, talleres de análisis y discusión, conversatorios tutoriales, proyectos de aula, observación sistemática, entre otras.

D. Guías de Evaluación: son los criterios establecidos para evaluar el proceso de formación y desarrollo del estudiante acorde con los propósitos de formación del programa.

E. Portafolio personal de desempeño: es el registro y compendio de las diferentes actividades evaluativas y de reflexión permanente que realiza cada estudiante sobre su proceso de formación y desarrollo humano integral." (Artículo 77º- Reglamento Estudiantil).

6.7 MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO ESPECIAL A ESTUDIANTES

Además de los lineamientos institucionales el Programa hace seguimiento a los estudiantes y acompañamiento con las siguientes estrategias:

- Conducto regular claro para que los estudiantes sepan a quien acudir en caso de necesitarlo. Este conducto lo conforman en su orden: Docente-Coordinador de Componente-Director de Programa-Decano.
- Horario de cubrimiento a Facultad. La Dirección de Programa asigna docentes para que estén en la Secretaría de la decanatura, una vez termina el horario de los administrativos. El horario de cubrimiento es entre la 5:00 p.m y las 7:00 p.m. Este

espacio se abre con el fin de atender de manera oportuna a los estudiantes que estudian en el horario de la noche, población que es en la mayoría trabajadora.

- Remisión de los estudiantes a los diferentes programas de Bienestar Universitario

6.8 Producción y evaluación de material de apoyo, para el desarrollo de la docencia

El Programa y la Institución apoyan los procesos de producción de estos materiales. En la actualidad la mayoría son electrónicos y acompañan proceso b-learning. A los docentes se le pueden asignar tiempos para desarrollar este tipo de actividades. Un ejemplo de ello es la Guía de Acompañamiento a la elaboración de trabajos de grado, actualmente en implementación en la plataforma virtual de la institución: Dicom.

7. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA

7.1 ESTRATEGIAS, ORIENTADAS A PROMOVER LA CAPACIDAD DE INDAGACIÓN Y BÚSQUEDA, Y LA FORMACIÓN DE UN ESPÍRITU INVESTIGATIVO, CREATIVO E INNOVADOR EN LOS ESTUDIANTES

Para el desarrollo de las competencias investigativas el Programa de Comunicación Social de Medellín cuenta con dos estrategias generales:

La primera es el apoyo de los cursos institucionales del Componente Común Universitario, adscritos al Área de Formación Básica. En estos tres cursos, las competencias esenciales son: que el estudiante comprenda las generalidades de la investigación y reconozca las posibilidades de investigar el objeto de estudio que le es propio a la disciplina dentro de la cual se está formando; que defina las bases teóricas, y que estructure la aproximación metodológica que le permitirá el cumplimiento de los objetivos que se plantea.

Tabla 18. *Cursos y créditos del Componente Investigativo*

NOMBRE DEL CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Generalidades del proceso investigación-construcción de objetos de estudio	5	2
Construcción teórica en procesos de investigación	6	2
Diseño metodológico	7	2

La segunda estrategia es el proceso formativo investigativo propio del Programa, el cual se estructura en dos fases de formación articuladas al Área de Formación Básica y a su Componente de Fundamentación Conceptual e Investigativa: Comunicación–educación:

La fase I busca la promoción de una actitud científica como parte esencial de la formación profesional. Esta fase se vivencia en los primeros tres cursos de este Componente: Comunicación, Educación y Cultura (Nivel I); Pedagogía de los Medios y Modelos Pedagógicos (Nivel II) y Teorías de la Comunicación (Nivel III), materias que promueven la participación en semilleros, la actitud investigativa como estilo de vida, el conocimiento

de la Línea de Investigación del Programa y sus ámbitos temáticos y aprestamientos específicos como: el manejo de las normas Icontec, uso de la biblioteca, manejo adecuado de fuentes cibergráficas, elaboración de fichas de contenido, entre otros

En la **fase II** se realiza un aprestamiento epistemológico y metodológico para la realización del Proyecto de Trabajo de Grado. A partir del quinto nivel de formación los estudiantes presentan un producto por curso que va estructurando el Trabajo de Grado. Igualmente, se continúa con la promoción de la participación en los semilleros. La tabla a continuación describe esta fase II, las competencias investigativas que promueve y los productos de cada curso.

Tabla 19. *Descripción desde competencias y productos de la Fase II de la formación investigativa propias del Programa*

ÁREA DE FORMACIÓN, COMPONENTE Y EJE TEMÁTICO	NIVEL	CURSO	COMPETENCIAS ESENCIALES	PRODUCTOS DERIVADOS
	I	Comunicación, Educación y Cultura	Aplica los aprendizajes obtenidos en el proceso de sensibilización sobre la formación investigativa y su trascendencia dentro del Programa de Comunicación Social. Reconoce las fases de formación investigativa, la línea de investigación del Programa y el proceso de elaboración del trabajo de grado.	*Ejercicios de corte documental, elaboración de fichas de contenido y referenciación tipo ICONTEC, entre otros. *Reconoce las fases de formación investigativa, la línea de investigación del Programa y el proceso de elaboración del trabajo de grado por medio de la lectura, análisis y el debate de los documentos maestros que los sustentan.
	II	Pedagogía de los	Realiza trabajos prácticos	Ejercicios de corte

ÁREA DE FORMACIÓN, COMPONENTE Y EJE TEMÁTICO	NIVEL	CURSO	COMPETENCIAS ESENCIALES	PRODUCTOS DERIVADOS
		Medios y Modelos Pedagógicos	de corte investigativo que le permiten acercarse a las vinculaciones posibles entre comunicación-educación por medio de una primera aproximación a la producción de medios con intencionalidades educativas para contextos que tengan que ver con su formación y futuro profesional.	investigativo documental que apoyen una formación investigativa desde su saber disciplinar y el énfasis del Programa.
	III	Teorías de la Comunicación	Relaciona las teorías de la comunicación con las prácticas investigativas y profesionales para validar la teoría como vehículo que explica la realidad, los fenómenos y los procesos de la comunicación social, por medio de la realización de ejercicios concretos de corte investigativo y documental que apoyen su formación en esta área.	Técnicas de recolección de información como fichas bibliográficas, entre otras estrategias didácticas, para favorecer la lectura consciente y la formación de criterios sobre los desarrollos conceptuales e investigativos de la disciplina.
Área Complementaria	**IV**	Comunicación e Investigación (3 Cr)	Conoce los fundamentos epistemológicos de la investigación científica y los métodos propios de la investigación cualitativa en las ciencias sociales.	Por ser electivo en el curso se realizan actividades y productos de apoya al Trabajo de Grado.
Área de formación básica e investigativa: Comunicación-Educación -	**V**	Historia de la Sociedad y Modelos Comunicativos (2 Cr)	Construye el planteamiento de un proyecto de investigación coherente con la comunicación social y la comunicación-educación para dar cuenta de su formación investigativa bajo la Modalidad Investigación (Monografías e Investigación Aplicada.	Planteamiento de un proyecto de investigación coherente con la comunicación social y la comunicación-educación
	VI	Epistemología de	Construye un marco teórico	Marco teórico o

ÁREA DE FORMACIÓN, COMPONENTE Y EJE TEMÁTICO	NIVEL	CURSO	COMPETENCIAS ESENCIALES	PRODUCTOS DERIVADOS
		la Comunicación—Educación (2 Cr)	o referente conceptual para fundamentar el trabajo de grado desde la comunicación social y el énfasis en comunicación-educación del Programa, bajo la Modalidad Investigación (Monografías e Investigación Aplicada.	referente conceptual
	VII	Teorías Cognitivas y del Aprendizaje (2 Cr)	Construye el diseño metodológico del trabajo de grado con base en los fundamentos teóricos y prácticos de los paradigmas investigativos de las ciencias sociales y el contexto de la comunicación social y del énfasis comunicación-educación para dar cuenta de la formación investigativa bajo la Modalidad Investigación (Monografías e Investigación Aplicada.	Diseño metodológico del trabajo de grado
	VIII	Semiótica de la Educomunicación (3 Cr)	Desarrolla el trabajo de campo requerido por el diseño metodológico del proyecto de investigación que sustenta el trabajo de grado del estudiante, bajo la Modalidad Investigación (Monografías e Investigación Aplicada), para recolectar la información necesaria y tabularla.	Trabajo de campo, recolección y tabulación de información.
Área Profesional-Componente Investigativo - Eje Temático: Investigación Social	**IX**	Seminario de Trabajo de Grado I (Etnografía de la Comunicación–Educación) (3 Cr)	Analiza la información recolectada durante el trabajo de campo del semestre anterior según los procedimientos metodológicos del análisis de datos propuesto por las lógicas de investigación,	Análisis de información

ÁREA DE FORMACIÓN, COMPONENTE Y EJE TEMÁTICO	NIVEL	CURSO	COMPETENCIAS ESENCIALES	PRODUCTOS DERIVADOS
			cuantitativas y/o cualitativas, para consolidar la estructura final de proceso investigativo bajo la Modalidad Investigación (Monografías e Investigación Aplicada), por medio de técnicas para la triangulación de la información.	
	X	Seminario de Trabajo de Grado II (Comunicación, Educación y Ciudad) (3 Cr)	Escribe de manera asertiva el informe final de este ejercicio investigativo y de su producto bajo la Modalidad Investigación (Monografías e Investigación Aplicada) del Programa de Comunicación Social, para sustentarlo ante su comunidad académica y entregarlo a la Biblioteca de la Fundación Universitaria Luis Amigó como requisito de graduación.	Informe final de trabajo de grado y producto derivado.

Para el éxito de este proceso de formación investigativa, es importante que los docentes que acompañan los cursos utilicen una metodología coherente para formación investigativa como el aprendizaje por descubrimiento y Construcción y que implementen actividades relacionadas con el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP), el Seminario Alemán, el Estudio de Casos, el Ensayo teórico, entre otras posibles herramientas que propendan por plantear situaciones problemáticas; para que el estudiante active sus procesos de pensamiento y se inserte en las lógicas investigativas a través de la búsqueda, la indagación, revisión y recolección de datos relacionados. A su vez, se hace fundamental, que el estudiante aprenda a organizar, interpretar y dar soluciones a las problemáticas teóricas que él mismo o el docente plantea.

7.2 MECANISMOS UTILIZADOS POR PARTE DE LOS DOCENTES PARA INCENTIVAR EN LOS ESTUDIANTES LA GENERACIÓN DE IDEAS Y PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN Y LA IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL, SUSCEPTIBLES DE RESOLVER MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

El sólo hecho de contar con una formación investigativa más allá de los cursos básico comunes de la Institución y de los clásicos Seminarios de Trabajo de Grado, se convierte en la primera estrategia para incentivar la actitud investigativa de los estudiantes. Esta promoción de la generación de ideas y de conocimiento, se propone en dos fases articuladas directamente a ocho cursos de uno de los componentes del Área de Formación Básica, pero en interrelación constante con la formación profesional, el énfasis y la formación sociohumanista.

Adicionalmente, las estrategias de enseñaza-aprendizaje que guían el proceso formativo de los estudiantes, también son mecanismos que promueven el desarrollo de ideas investigativas e innovadoras en articulación con la resolución de problemáticas sociales. Estas estrategias giran en torna a:

La creatividad: se promueve un pensamiento original y divergente capaz de enfrentar las diferentes circunstancias de la vida académica, profesional y social con ingenio., siempre en búsqueda de nuevos caminos y posibilidades.

El trabajo en grupo: se complementa con lo social, al incluir trabajo grupal los procesos reflexivos y promocionar la actitud crítica de quienes participen de los procesos académicos.

La contextualización y proyección: desde el conocer, desde el sentir y el hacer los miembros de nuestra comunidad académica están formados para trabajar cooperativamente en la transformación de sus realidades sociales y entornos.

Lo dialógico:

> Y qué es el *diálogo*, se pregunta Freire: es una relación horizontal entre personas que nace de una matriz crítica y genera crítica, se nutre del amor, la humildad, la esperanza, la fe, la confianza. Dice: Por eso sólo el diálogo comunica. Y cuando los polos del diálogo se ligan así, con amor, esperanza y fe uno en el otro, se hacen críticos en la búsqueda de algo. Se crea, entonces, una relación de simpatía entre ambos. Sólo ahí hay comunicación (1997a:104). (Safar, 2001)

Igualmente, dentro de las metodologías usadas en el aula de clase por los docentes del Programa de Comunicación Social de la Funlam se destacan los métodos de aprendizaje basado en problemas, los estudios de caso y los proyectos de aula de cada uno de los cursos los cuales contribuyen de manera transversal al componente de investigación del plan de estudios. Los proyectos de aula son pequeños proyectos de investigación que buscan el afianzamiento de las competencias investigativas. De la misma manera se realizan visitas a biblioteca para capacitación en el rastreo de bases de datos, las cuales se vinculan con las actividades del proyecto docente mediante ejercicios de búsqueda de información, aspecto fundamental para la formación investigativa.

7.3 ÁREAS, GRUPOS, LÍNEAS Y SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

El Programa de Comunicación Social de Medellín articula su trabajo investigativo al grupo Urbánitas de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad. Este grupo fue creado en el 2002 en la sede de Medellín y en el 2014, como parte de su proceso de consolidación, el grupo quedó clasificado ante Colciencias en C, en el 2014 y en el 2015 en D.

Este grupo identificado en Colciencias con el código COL0044779, es por su experiencia y producción científica, referente esencial para el Programa. Urbánitas cuenta en la actualidad con 3 líneas de investigación: Comunicación-Educación, Publicidad Social y una nueva línea que actualmente se fundamenta: Comunicación, Educación y Ciberculturas.

Las líneas de Comunicación-Educación y Comunicación, Educación y Ciberculturas son las que específicamente se articulan al Programa de Comunicación Social. Publicidad Social pertenece al Programa de Publicidad.

- Comunicación Educación, es una línea que se formalizó en el 2006 mediante la publicación de su fundamentación teórica, metodológica y operativa. La línea está orientada por los siguientes objetivos:

Generar, desde la investigación en comunicación–educación, proyectos en la ciudad que sirvan como solución a problemáticas reales y que sean reconocidos como pertinentes en el medio y puedan generar posibilidades ocupacionales y profesionales a los Comunicadores–educadores sociales en formación.

Definir los puntos de articulación de los ejercicios de investigación realizados por estudiantes y docentes del Programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó, mediante un proceso de sistematización de experiencias como modalidad de investigación, con el fin de configurar unos componentes que, a su vez, integren una Línea de Investigación.

Esta línea de investigación cuenta con 5 ámbitos temáticos y problemáticos específicos:

- Comunicación–Educación y Ciudad

La línea de investigación inscrita en el campo de la comunicación-educación, se ocupará de la morfología espacial de la ciudad en sus relaciones con los deseos de sus ciudadanos, de los cuerpos en sus juegos simbólicos y de las representaciones literarias, audiovisuales y mediáticas que sobre la ciudad se hacen sus habitantes. Lo que subtiende esta diversidad de lecturas es una concepción de la ciudad como estructura cultural y proceso comunicacional en el horizonte de la transición de la modernidad a la postmodernidad.

Los estudios realizados sobre la ciudad se han propuesto encontrar pistas y proponer estrategias de intervención como solución de alguno de los aspectos diversos de las crisis urbanas. Parece evidente que tales intentos han presupuesto, naturalmente sin saberlo, una imagen y una noción de ciudad carente de perspectiva teórica, esto es, acrítica o estereotipada, como si la ciudad fuera una sustancia inmutable de la que sólo cupiera predicar accidentes, pero no mutaciones. Precisamente en estos casos el problema de conceptualizar la ciudad, que metodológicamente es lo primero que debería plantearse, ha permanecido sorprendentemente impensado.

En este orden de ideas el profesor Juan Carlos Pérgolis, en sus estudios más recientes, muestra cómo la ciudad actual puede llegar a ser bien distinta a las ciudades que la precedieron o que aún cohabitan con ella: al distinguir conceptual, morfológica y funcionalmente entre la ciudad continua, discontinua y fragmentada, lo que se establece entre ellas no son sólo diferencias de grado o de coyuntura, sino una diferencia ontológica, dado que lo que está en juego es el modo como cada tipo de ciudad satisface o no el deseo de sus habitantes: ¿Cuáles estrategias de satisfacción de su deseo ponen en acción aquellos que habitan la ciudad que se puede conceptualizar como ciudad fragmentada? ¿Cómo se estructuran en este tipo de ciudad el tiempo y el espacio? ¿Cómo se expresa la satisfacción o insatisfacción de sus deseos en los relatos y expresiones plásticas de la ciudad?

En suma debe sacarse a la luz un tipo de ciudad desconocida hasta hoy, aun por aquellos que no han dejado de habitarla y padecerla, y que por lo tanto no aciertan a comprender cómo ella los estructura a la vez que es estructurada por ellos, se hacen posible algunas preguntas estratégicas sobre las nuevas pautas de acción social y de organización de la acción: ¿Qué nuevas formas de intervenir en la "nueva" ciudad son posibles y aceptables? ¿Cuáles no?... ¿Qué pautas de acción social seguir relativas al espacio, el tiempo y la comunicación? , ¿Qué debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas podrá reconocer en el nuevo escenario urbano de la ciudad fragmentada?

Esta línea abre el camino a una experiencia y a una práctica de la investigación en comunicación que privilegia a jóvenes e intrépidos investigadores, toda vez que enfoca a la ciudad actual desde la novedosa perspectiva de la mediología y la cultura, y por eso mismo lleva el valor de educar al conjunto de espacios y procesos tecnológicos y simbólicos que producen y reproducen la ciudad, más allá del anacronismo de las instituciones educativas tradicionales: el urbánita de hoy no es ya más el sujeto dócil de la escuela moderna –en la cual aún apenas se refugia-, sino un individuo que aprende de múltiples maneras el oficio de sobrevivir en las metrópolis contemporáneas, sin aparentemente desesperarse por ello.

- Comunicación, Educación y Escuela

El debate comunicación–educación, ese renovado ámbito de investigación y de prácticas que se construye trandisciplinarmente y que tiene que ver con la crítica contemporánea, énfasis del Programa de Comunicación Social de la Funlam y objeto de la presente Línea,

concibe la escuela como un ámbito ampliado; no la escuela como la institución de instrucción formal, sino que intenta recoger todos los espacios de socialización, de formación de identidad y de transmisión de saberes que hoy conforman el mapa metropolitano. La ciudad; pero más que la ciudad de calles y ladrillos: la ciudad de cuerpos, de imaginarios, de procesos de subjetivación; la ciudad virtual, telépolis; la ciudad narrada, la ciudad comunicada. ¿Cuáles de las funciones milenariamente asumidas por la escuela–institución son acotadas hoy por esa escuela desbordada, ampliada y auscultada desde la comunicación social?

La tendencia del material de experiencias de los procesos en construcción y los ejercicios de investigación formativa de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad en el planteamiento de sus posibles problemáticas, definen las posibles líneas de concepto: la televisión —entendida ésta también de manera ampliada: el mundo de la pantalla— tiene que ver con la educación: interviene en los procesos de construcción de las identidades, hace circular los saberes, acompaña, distrae, suple afectividades no sólo en los más jóvenes sino en los ciudadanos cada vez más solos en los tabiques de la fragmentación. Los mensajes de toda índole, los saberes, incluso las producciones de la ciencia, son más comunicables y, por tanto, más aprendibles cuando son cribados por las rejillas de la experiencia mediática: la posibilidad estética, de fluidez, de las dinámicas audiovisuales han democratizado la histórica transmisión de los saberes.

- Comunicación, Educación y Medios

El debate comunicación–educación, tal como se concibe en esta construcción académica, pretende la inclusión de la comunicación social en el panorama de las renovadas Ciencias Sociales que han mutado sus objetos de estudio y se asumen ahora en la dinámica del flujo. Estos desplazamientos renuevan a su vez el estatuto de los objetos contenidos en los tradicionales campos disciplinares ahora en expansión. Parafraseando el canónico texto de Martín–Barbero, transitamos de los medios a las mediaciones; el comunicador social deja de ser un intermediario entre dos polos ahora vacíos sino que se configura como un constructor de narrativas que son mediaciones eficientes en la formación de identidades, en la transmisión de saberes; fungen más como actores sociales que, con sus prácticas, se transforman y pretenden transformar sus contextos inmediatos; en todos eso se confunden con los pedagogos: de ahí la alianza estratégica entre comunicadores y educadores; de ahí la razón de estatuir un campo comunicación–educación.

Las propuestas de trabajo de grado en proceso de sistematización arrojan en el campo de la reflexión sobre los medios, las siguientes posibilidades de indagación y de producción de conocimiento: se asumen los medios no como intermediarios de realidades preexistentes sino como mediaciones, como dispositivos complejos de construcción de pensamiento, como moradas de pensamiento, como soporte de escritura, como entramados que definen posiciones, procesos de subjetivación que alteran el mapa de los objetos sociales. La relación de los medios con el poder se desplaza y en dicho desplazamiento se hacen visibles asuntos problemáticos que, a su vez, generan propuestas de intervención: nuevos medios, con nuevas tecnologías, para renovados ciudadanos.

- Comunicación, Educación y Organizaciones Sociales

Las ciudades fragmentadas, el desplazamiento de los objetos de investigación en las renovadas Ciencias Sociales, el debate comunicación–educación como eje de la poscrítica, la irrupción de la experiencia audiovisual como definitoria de una nueva ontología, las dinámicas del flujo, las metáforas de la red y del nomadismo, el estatuto inédito de la urbe; todo eso, impone una nueva configuración de lo social. No es posible una definición de sociedad en el ámbito de fragmentación que auscultamos; necesariamente se transita hacia lo micro: lo microsocial, el micro relato, el encuentro cara a cara, la cotidianidad, la experiencia diaria estética y fluida que, en su avatar, genera nuevos órdenes, nuevos dispositivos de configuración, nuevos lenguajes de organización social que en el seno de las Organizaciones Sociales instituidas, claman por desplazarlas y redifinirlas.

Los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó, haciendo visibles las líneas de fuerza que se desprenden de la propuesta pedagógica que han transitado, asumen el concepto de Organización Social en un ámbito de ampliación de rango que va más allá de las organizaciones instituidas e incluye las organizaciones liminares. Dicha elección conceptual conlleva la pretensión de transformación de las organizaciones sociales existentes mediante la transformación de los procesos comunicativos contenidos en la dinámica cotidiana, en lo micro. Dicha pretensión, por su parte, genera posibilidades de intervención.

- Comunicación, Educación y Ciberculturas (ámbito temático que a partir del 2014 se convierte en Línea de Investigación)

El fenómeno de la cibercultura es acotable únicamente desde un ámbito de transdisciplinariedad; no es visible desde las tradicionales mallas que encierran el saber de los social, de lo cultural, de lo biológico; precisa de nuevos dispositivos. La inteligencia artificial, las máquinas pensantes, las nuevas generaciones que se integran a los sistemas sociales desde los consumos tecnoculturales, el mundo del trabajo mediado hoy por redes de informaciones, el pensamiento tardomoderno que habita los entramados de esas mismas redes; éstos y otros avatares del sujeto contemporáneo realizan una operación de engranaje que constituye un campo de investigación propio, de acuerdo con la construcción académica que aquí se reflexiona, del debate comunicación–educación y de un trayecto que de él se desprende hacia dicho fenómeno: las ciberculturas.

Las propuestas de los estudiantes de la Facultad, en el campo de comunicación–educación que se categorizan en el ámbito de comunicación–educación y ciberculturas propenden por la conceptualización de un sujeto proteico, que asume lo tecnológico como extensiones de los procesos orgánicos, que inauguran nuevas posibilidades de información, de formación, de comunicación y de aprendizaje en los escenarios que operan en el fin de las dicotomías de lo virtual y lo real, de lo ficcional y lo racional, del arte y la ciencia, de la oralidad y la escritura. Un sujeto contemporáneo que realiza elecciones vitales, estéticas y científicas desde su relación con la tecnología que no se asume hoy desde la posición instrumental como manifestación de la ciencia, sino desde una renovada posición que la define, a la tecnología, como lo más distintivo del ser humano.

Finalmente, es importante aclarar que la actividad investigativa del grupo Urbánitas en los últimos cuatro años, ha mostrado un interés creciente por los fenómenos relativos a las manifestaciones de la cibercultura en el plano de la comunicación y la educación.

Alrededor de esta temática se ha ido constituyendo una masa crítica de proyectos y productos que indican con toda certeza la necesidad de formular una línea de investigación que consolide mejor esta producción y vincule nuevos esfuerzos en esta dirección, de modo que el grupo pueda ser identificado por sus tres líneas de investigación.

Esta nueva línea, actualmente, en proceso de fundamentación epistemológica y metodológica fortalecerá la estrategia investigativa de la Facultad de Comunicación Social de todos los programas adscritos a ella.

El objetivo general de la Línea Ciberculturas se propone como el de generar y ejecutar proyectos de investigación pertinentes para la institución, la ciudad y el país, enmarcados en la resolución de problemas y conflictos sociales, las necesidades empresariales y las dinámicas vigentes de la concepción de la investigación para el desarrollo o I+D.

También se destaca la investigación formativa desarrollada en el aula de clase como una estrategia que desembocará en la elaboración de los trabajos de grado. La construcción de preguntas y el planteamiento de problemas de investigación, son ejercicios que desde los primeros semestres apuntan a generar una capacidad amplia de indagación y de mirada crítica sobre el contexto.

Igualmente se cuenta con semilleros de investigación, en los cuales los estudiantes participan de procesos que amplían sus conocimientos y su relación con las metodologías de investigación, la fundamentación epistemológica y el trabajo de campo, entre otros. La participación en estos semilleros es un paso previo para que los estudiantes puedan auxiliares en investigación, rol que les permite ejercer como jóvenes investigadores, en un proyecto liderado y orientado por un docente. De este modo, la experiencia investigativa se convierte en un recorrido que desemboca en la realización de ponencias en los eventos académicos organizados por la Facultad y por la Universidad, con miras al afianzamiento de una experiencia investigativa significativa.

De otro lado, existen los grupos de interés los cuales se constituyen en puntos de encuentro para la participación abierta de los estudiantes desde los propios gustos, es allí donde las afinidades por la indagación conducen al estudiante a una aproximación a los procesos de investigación.

7.4 ESCENARIOS ACADÉMICOS Y SU VINCULACIÓN CON EL SECTOR PRODUCTIVO

El graduado del Programa de Comunicación Social de la FUNLAM tiene un amplio campo de desempeño que, en buena medida, potencia su formación en lo disciplinar y en el énfasis en comunicación-educación.

Sus campos de desempeño profesional van desde el trabajo en medios de comunicación masivos, alternativos y comunitarios tales como la radio, la prensa, la televisión y lo multimedial, entre otros. Además tiene la posibilidad de trabajar en organizaciones culturales, sociales, ONGs, fundaciones con carácter social o educativo, casas de la cultura, en proyectos empresariales y gubernamentales; en el desarrollo de planes de comunicación para la construcción y promoción de mensajes con contenido pedagógico en las organizaciones, en las instituciones educativas formales, en la educación para el trabajo y el desarrollo humano; y en la educación virtual en la que el comunicador con énfasis en comunicación-educación, puede ser creador de materiales educativos en diversos formatos.

Igualmente, el énfasis en comunicación - educación es coherente con propuestas como el proyecto de Ciudad Educadora, que

> (…) propone sacar la educación de los espacios cerrados en donde se hallaba confinada, para trasladarla a los lugares de reunión, a las fábricas, las plazas, a los parques, a las calles y, en fin, a los espacios públicos. Es decir, que la ciudad se construye en escenarios y ambientes globales de aprendizaje en donde confluyen procesos, estrategias y vivencias educativas, así como el concepto de educación permanente a lo largo de la vida. (...)Ciudad educadora es un proyecto que reivindica lo colectivo y lo público, lo político y lo ético y busca ingresar a la modernidad haciendo uso de la educación como fenómeno eminentemente comunicativo cuyo desarrollo potenciará la capacidad de incidencia de la sociedad sobre sus propios destinos, estableciendo cambios en la conducta y los comportamientos de los ciudadanos, buscando la construcción de la democracia y la ciudadanía como proyecto colectivo. (Rodríguez Rodríguez, 2008)

Por tal razón, desde la lógica propuesta por Ciudad Educadora se abre un gran abanico de posibilidades de articulación con el entorno social y sus procesos productivos.

7.5 CONVENIOS DEL PROGRAMA PARA DESARROLLAR PROYECTOS UNIVERSIDAD- EMPRESA – ESTADO

Todos los convenios de las prácticas profesionales, tanto en la empresa como como en lo gubernamental, dan cuenta del desarrollo de proyectos entre Universidad – Empresa y Estado.

Las prácticas académicas son un espacio privilegiado de la relación docencia - investigación – extensión o proyección social, en cuanto posibilitan la formación profesional, la atención y solución a demandas y necesidades del medio y el desarrollo de actitudes investigativas.

Las prácticas permiten la aplicación y validación de los conocimientos teóricos, el desarrollo de valores, habilidades y destrezas profesionales, y el aporte de la Fundación al desarrollo social, cultural y económico del entorno. Las prácticas profesionales pretenden:

- Lograr la relación teoría - práctica en los diferentes campos del saber propios de la Fundación, permitiendo la cualificación académica de docentes y estudiantes y el enriquecimiento de los procesos curriculares.
- Formular, gestionar y sistematizar programas y proyectos interdisciplinarios que aporten a la identificación y solución de situaciones problemáticas y contribuyan a mejorar la calidad de vida de grupos y organizaciones.
- Formar en estudiantes y docentes actitudes investigativas mediante la confrontación teoría y práctica, acordes con su formación profesional y necesidades del medio.

Son características de las prácticas profesionales, las siguientes:

- La relación permanente docente - estudiante. El estudiante dispondrá de la asesoría académica necesaria y oportuna como parte de su formación.
- La relación entre las diferentes áreas académicas en la Fundación que permita la realización de proyectos interdisciplinarios de interacción social.
- La aplicación de conocimientos a la solución de situaciones concretas.

Las prácticas profesionales hacen parte del plan de proyección social del respectivo programa académico y responderán a las políticas y proyectos de proyección social de la Fundación. Las prácticas profesionales podrán desarrollarse en instituciones públicas, privadas, ONG'S o en grupos y organizaciones comunitarias.

Igualmente, desde los desarrollos de las investigaciones que realizan los integrantes del Grupo Urbánitas se privilegian los procesos de cofinanciación de estos proyectos. Algunos de estos entes cofinanciadores le están posibilitando al Programa fortalecer la relación Universidad-Investigación-Empresa.

7.6 MECANISMOS QUE ESTIMULAN LOS PROCESOS DE CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL, EN CORRESPONDENCIA CON LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES

El programa se acoge a las áreas, programas y actividades de la Dirección de Bienestar Universitario.

8. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL

8.1 CRITERIOS Y POLÍTICAS EN MATERIA DE EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL

La Extensión como función sustantiva de la Funlam se concibe como la interacción entre el conocimiento sistemático de la academia y los saberes y necesidades de la sociedad en la perspectiva de lograr transformaciones sociales. Esta relación entre la Funlam y el entorno permite desarrollar conocimientos y aplicar tecnologías con miras a lograr un mayor impacto en la transformación social.

Los lineamientos generales definidos por la Funlam, conforme a lo establecido en el Estatuto General y en la Resolución 06 de febrero 6 de 2012 definen la extensión de tal manera que coincida con el concepto de sociedad y sus características: democrática, participativa, pluralista, crítica y transformable.

El programa se orienta por los principios institucionales en el campo de la extensión y la proyección social.

8.2 ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN O PROYECCIÓN SOCIAL A LA COMUNIDAD

En coherencia con los lineamientos institucionales, el plan de relación con el sector externo del Programa de Comunicación Social Medellín se apoya en las políticas, estrategias, objetivos e indicadores del Plan de Desarrollo 2012 -2022 (Dinamizador estratégico de extensión) de la Funlam y del Plan de Acción 2013 2016.

También, se tendrán en cuenta en este Plan los datos recopilados en la justificación de este documento como la composición sectorial del Departamento de Antioquia y del Municipio de Medellín, al cual se convierte en una oportunidad de extensión y proyección social para el Programa de Comunicación Social. Esta composición económica indica que los sectores más destacados de Antioquia son: los establecimientos financieros, seguros y actividades inmobiliarias; la industria manufacturera; actividades de servicios sociales, comunales y personales y comercio, reparación, restaurantes y hoteles.

Mientras que en Medellín debe considerarse que hace más de ocho años se trabaja con el desarrollo de clusters, agrupaciones de empresas de un mismo sector que se articulan con universidades y gobiernos para mejorar estratégicamente como negocios y contribuir con el desarrollo económico de la región que comparten. Los clusters estratégicos de Medellín son: Textil/Confección, Diseño y Moda; Construcción; Servicios de Medicina y Odontología; Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones; Energía eléctrica y Tecnología Información y Comunicación.;

De acuerdo con lo anterior, la siguiente tabla propone la organización general de un plan de relación con los sectores productivos más destacados del Municipio y del Departamento.

Tabla 30. *Organización del plan de relación con el sector externo*

OBJETIVOS	MEDIOS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN Y LA GENERACIÓN DE NUEVOS CONOCIMIENTOS	DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE SERVICIO SOCIAL A LA COMUNIDAD
Proponer un proyecto de promoción empresarial y emprendimiento del Programa según los lineamientos institucionales.	Construcción de un documento según los lineamientos e indicaciones institucionales.	La relación con el sector productivo debe generar procesos investigativos en cofinanciación que promuevan la generación de nuevos conocimientos y la innovación	En relación con los objetivos del Plan se organizan actividades de extensión bajo las modalidades de educación permanente, servicios académicos, gestión tecnológica y prácticas y pasantías. Todos estos servicios se considerarán desde la responsabilidad social por tal razón serán coherentes con las necesidades y problemáticas de la comunidad circundante.
Definir un modelo de prestación de servicios en coherencia con las directrices de la Funlam.			
Identificar temas fuertes en el ámbito regional que definan servicios especializados desde la comunicación social y el énfasis comunicación – educación	Estudio de corte investigativo en la Región.		
Desarrollar servicios pertinentes y de alto valor agregado para la comunidad de la región.	Generación de servicios educativos, de asesoría y asistencias técnicas, pertinentes para la región y afines con el Programa y su énfasis.		
Ofrecer formación teórica práctica para el emprendimiento en la comunidad universitaria**.**	Prestación de servicios educativos y de asesoría en relación con esta temática.		
Participar en convocatorias	Presentación de		

OBJETIVOS	MEDIOS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN Y LA GENERACIÓN DE NUEVOS CONOCIMIENTOS	DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE SERVICIO SOCIAL A LA COMUNIDAD
de emprendimiento.	proyectos al sector productivo de la región.		
Fortalecer las relaciones interinstitucionales para la oferta de servicios y para el desarrollo de alianzas y convenios que contribuyan con las funciones sustantivas: docencia, investigación, extensión e internacionalización.	Encuentros, mesas de trabajo, firmas de convenios		
Posicionar en la región los procesos de prácticas profesionales con propuestas ajustadas y pertinentes para su sector productivo.	Práctica empresarial y práctica social integrada e interdisciplinaria, intervenciones sociales desde la interdisciplinariedad. .		

Finalmente, se destacan como procesos de proyección social los proyectos de aula que ya fueron mencionados en el apartado: 6.4 Integración de las tres funciones sustantivas – docencia, investigación, extensión o proyección social; y otras actividades esenciales como:

- La Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño: este certamen, tradicional en la Facultad, se realiza dos veces al año en la primera semana de los meses de mayo y noviembre. El objetivo general de este evento es abrir un espacio para que los estudiantes de Comunicación Social Publicidad y Diseño expongan sus trabajos de clase a la comunicad académica y para recibir docentes, e investigadores en eventos que se organizan durante estos días.

  Hasta el momento, se han realizado 11 versiones y en cada una de ella se realizan en promedio 25 actividades, delas cuales se guarda registro visual, audiovisual y escrito.

- “Media Lab”, propuesta para dinamizar el indicador de innovación y desarrollo empresarial.

- Semana del Lenguaje, evento que promueve la incorporación de las competencias comunicativas y el buen uso del lenguaje en los estudiantes.

9. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE BIENESTAR UNIVERSITARIO EN EL PROGRAMA

9.1 ESTRATEGIAS ORIENTADAS AL USO DE LOS PROGRAMAS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES DE BIENESTAR UNIVERSITARIO, DIRIGIDOS A LOS DOCENTES, ESTUDIANTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO

Para la FUNLAM, el bienestar de su comunidad educativa es una condición básica para el adecuado desarrollo como institución comprometida con la formación humana. Para ello, genera una serie de acciones que procuran atender a las personas en sus dimensiones: intelectual, física, moral, política, afectiva, cultural, recreativa y social, desde las siguientes áreas de trabajo: Área Espiritual y Desarrollo Humano; Área de Salud; Área de Deportes y Recreación; Área de Cultura y Área de Promoción Socioeconómica.

El programa de Comunicación Social se articula a tales acciones y áreas promoviendo la presencia de los docentes y estudiantes en las actividades propuestas semestralmente por la Dirección de Bienestar. Entre ellas: pastoral universitaria; programas de salud integral; percusión folclórica y crossover, participación en festivales culturales y artísticos; participación en torneos ASCUN Deportes y entrenamiento en diversas disciplinas deportivas.

Adicionalmente, el Programa ha designado a un docente de planta para que ejerza como coordinador de las actividades a fin de que impulsen diariamente, en asocio con un monitor en cada aula de clase, acciones de comunicación efectiva que motiven la participación activa de los docentes, estudiantes y personal administrativo en las actividades propuestas por la Dirección de Bienestar.

9.2. MECANISMOS DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DEL PERSONAL AL SERVICIO DEL PROGRAMA

El Programa se acoge a las políticas institucionales formuladas en el reglamento docente y el reglamento interno de trabajo.

9.3 ESTRATEGIAS DEL PROGRAMA PARA LA ATENCIÓN A LAS POBLACIONES DIVERSAS, EN CORRESPONDENCIA CON LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES

La filosofía de la Universidad obedece a una concepción netamente humanista y, por tanto, incluyente. Esto quiere decir que no se presenta discriminación por efectos de raza, sexo, religión, procedencia geográfica, edad, discapacidad u otras circunstancias. Dentro de las estrategias para este tipo de poblaciones se destacan:

- Caracterización de la población estudiantil que permite identificar variables socio-demográficas
- Promoción y materialización de foros y mesas de análisis de la situación de poblaciones diversas
- Identificación y acompañamiento a situaciones difíciles (casos particulares) que se presenten con poblaciones diversas, con el apoyo directo de la oficina de Bienestar Universitario
- Inclusión de las poblaciones diversas en todos las actividades del Programa, en igualdad de condiciones y mediante la aplicación del principio de equidad, en concordancia con los lineamientos institucionales, la Ley General de la Educación y las orientaciones del Ministerio de Educación Nacional.

De la misma manera, dentro de los propósitos de formación de los profesionales del Programa de Comunicación Social de Medellín se destacan principios y características que sensibilizan a estudiantes y egresados frente a las necesidades de inclusión de la población. Entre ellos: la ética, la participación, la solidaridad, la autogestión, la convivencia armónica y la justicia social. Se busca que estudiantes y graduados sean actores sociales críticos y pluralistas, inscritos en el contexto de la interdisciplinariedad de la ciencia, capaces de continuar con autonomía su proceso de formación, para responder de manera pertinente a los retos de una realidad de múltiples complejidades y diversidades.

El programa de Comunicación Social adopta de manera especial, para atender las necesidades de las diversas poblaciones dos de los principios pedagógicos, explícitos en el modelo educativo de la FUNLAM. Son ellos:

- Principio de apertura: crear condiciones para generar una gama de posibilidades que permitan la formación de personas pluralistas, abiertas al cambio, autónomas, participativas, comunicativas, con conciencia social crítica, dispuestas al aprendizaje para el logro de metas individuales y sociales.

- Principio de desarrollo: una construcción del sujeto individual y social y de las condiciones humanas en el contexto al que pertenece, es decir, se concibe el desarrollo humano como construcción del sujeto en sus procesos cognitivos, afectivos, valorativos, culturales y de interacción.

10. DESARROLLO DE LA FUNCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN

10.1 ESTUDIOS COMPARATIVOS CON OTROS PROGRAMAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE LA MISMA NATURALEZA, EN RELACIÓN CON LOS PLANES DE ESTUDIO E INDICADORES DE CALIDAD RECONOCIDOS POR LA COMUNIDAD ACADÉMICA

Para complementar, esta información, se presenta a continuación una tabla con la descripción de programas afines, en el ámbito internacional, al que oferta la Funlam en Medellín.

Tabla 21. *Oferta de Programas del área afín a nivel internacional*

PAIS	UNIVERSIDAD	PROGRAMA	METODOLOGÍA	NIVEL ACADÉMICO	NIVEL DE FORMACIÓN
ESPAÑA	UNIVERSIDADE VALENCIA	GRADO EN PERIODISMO	PRESENCIAL	PREGRADO	UNIVERSITARIA
	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	GRADO EN PERIODISMO	PRESENCIAL	PREGRADO	UNIVERSITARIA
CANADÁ	UNIVERSIDAD DE MONTREAL	LICECIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	PRESENCIAL	PREGRADO	UNIVERSITARIA
ESTADOS UNIDOS	AMERICAN UNIVERSITY	LICECIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	PRESENCIAL	PREGRADO	UNIVERSITARIA
MÉXICO	TECNOLÓGICO DE MONTERREY	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES	PRESENCIAL	PREGRADO	UNIVERSITARIA
ARGENTINA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA SANTA MARÍA DE LOS BUENOS AIRES	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA Y EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA E INSTITUCIONAL	PRESENCIAL E INTENSIVO	PREGRADO	UNIVERSITARIA
	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (ORIENTACIÓN PERIODISMO Y PLANIFICACIÓN)	PRESENCIAL	PREGRADO	UNIVERSITARIA

PAIS	UNIVERSIDAD	PROGRAMA	METODOLOGÍA	NIVEL ACADÉMICO	NIVEL DE FORMACIÓN
		Y COMUNICACIÓN SOCIAL			
ECUADOR	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR (PUCE):	COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN Y LITERATURA, COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PERIODISMO PARA PARA PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN	PRESENCIAL	PREGRADO	UNIVERSITARIA

Al analizar la tabla anterior, se encuentran similitudes entre la titulación de los programas de pregrado ofrecidos por instituciones internacionales y el Programa de Medellín. Sin embargo, la Fundación Universitaria Luis Amigó propone la diferencia al servir de campo de formación de profesionales con énfasis en la comunicación-educación, en medio del gran número de programas de pregrado centrados netamente en las experiencias comunicativas tradicionales. Igualmente, la filosofía institucional, propende por una formación de calidad, basada en la ética, en el humanismo y en los valores, formación que es demandada en los ámbitos internacionales.

También se destaca que este Programa es competitivo en el ámbito internacional porque:

La sociedad de la información en general y las tecnologías de la información y la comunicación, en particular, inciden de manera significativa en todos los ámbitos del mundo educativo. Por tal razón, el Programa Académico en Comunicación Social de la Funlam ha sido pensado desde las demandas que implican los procesos curriculares del mundo globalizado, que explican la relación entre el tema de globalización y la educación superior, como uno de los subtemas que integran el fundamento socio-cultural, aclarando que el estudio de dicha relación sólo tendrá validez, en la medida que se asuma una postura filosófica, epistemológica y pedagógica y que se integre al estudio de las otras fuentes o fundamentos en los cuales se sustenta el diseño y desarrollo de un Plan de Estudios (Trujillo,2002).

Además, la post/tardo-modernidad o la nueva modernidad han exigido revaluar la posición de las disciplinas como islas e invita a trabajar y a mirarse desde varias de ellas, es por ello, que la comunicación como eje transversal al ser humano, debe explorar nuevos campos en medio de la globalización y de la sociedad del conocimiento.

En los últimos años, probablemente a raíz de acontecimientos que adquieren vigencia en la actual crisis (recesión, guerras, profundas transformaciones culturales, terrorismo), se delinea para Muñoz (2010) (Rey, sf) un nuevo mapa de intersecciones donde se destacan: la reconfiguración de los mecanismos del poder en el ámbito global, la organización de la sociedad-red, la constitución de la sociedad del conocimiento, la irrupción pública de múltiples y diversas identidades así como escenarios para la creación de imaginarios colectivos. Por lo tanto, la comunicación-educación, surge como una nueva forma de relacionarse, según Michel Serrer con el mundo de la economía, con los cambios en la comunicación y con las formas en que se han transformado nuestros modos de aprendizaje y de aprehenderlo.

10.2 INTERACCIÓN CON COMUNIDADES NACIONALES E INTERNACIONALES

El Programa de Comunicación Social Medellín, ha proyectado su internacionalización de la siguiente manera:

- Cuenta con un docente encargado de la coordinación de los procesos de internacionalización. Las estrategias que éste promueva estarán en articulación con las políticas de la Oficina de Cooperación Institucional y Relaciones Internacionales (OCRI) y con los procesos de internacionalización del Programa.
- Apertura semestral de convocatorias para intercambios estudiantiles en el ámbito nacional e internacional de acuerdo con los requisitos institucionales.
- Promoción de la competencia en segunda lengua.
- Desarrollo de actividades de internacionalización en casa, como conferencistas internacionales, socialización de experiencias de intercambio y muestras de cultura internacional.
- Promoción de la participación de estudiantes y docentes en certámenes nacionales e internacionales, especialmente, cuando dichas actividades se

relacionen con labores de investigación, ligadas a los grupos o semilleros de investigación.

11. LINEAMIENTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROGRAMA

11.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y DE GESTIÓN

11.1.1 Estructura Administrativa y Académica de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad

La Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, adscrita a la Vicerrectoría Académica, es una unidad que busca fortalecer la comunidad académica docente investigativa a cargo de los saberes básicos que reúne; comunicar el saber y trabajar interdisciplinarmente; concebir los posgrados como consecuencia de la investigación y necesidades de perfeccionamiento de los programas y optimizar los distintos recursos de la Institución. (Estructura Orgánica, p. 17). En esta unidad se gestan proyectos de investigación, extensión y servicios e internacionalización que se inscriban dentro del saber particular de los diferentes programas adscritos a la Facultad.

La estructura administrativa y académica de esta Facultad consta de:

- La Decanatura: bajo la dirección del Decano que es la persona responsable de liderar el desarrollo de la Facultad. El Decano es el inmediato colaborador del Vicerrector Académico en la realización de los proyectos académicos o administrativos que la Institución se trace periódicamente, a través de sus máximos organismos colegiados.

  > Será responsabilidad del Decano gerenciar la facultad en armonía con las vicerrectorías y los centros, coordinar adecuadamente las funciones sustantivas en la Facultad a su cargo, impulsar la gestión de los directores de programa y procurar que en ésta se den todas las condiciones requeridas para que la Institución logre realizar su misión, visión y objetivos, en condiciones de calidad y proyección nacional e internacional, entre otros. (Estructura Orgánica, p. 17-18).

- Consejo de Facultad: instancia colegiada

  > con capacidad decisoria en los asuntos académicos; su carácter será el de asesor del Decano en los asuntos de la unidad. El Consejo de Facultad estará integrado por el Decano, quien lo presidirá; los Directores de los programas de Pregrado en donde existan estos; un graduado de la

Facultad; un docente de la respectiva Facultad; un representante de los estudiantes. Estos tres últimos serán elegidos por los respectivos estamentos para periodos de un año. Serán sus responsabilidades. Las contempladas en el Estatuto General. (Estructura Orgánica, p. 45).

- Comité curricular: que asesorará y acompañará la gestión de los directores y coordinadores. Este Comité estará conformado

  por el Director o Coordinador del programa, quien lo presidirá y convocará; los coordinadores de área; un docente; un graduado y un estudiante. Estos tres últimos serán elegidos democráticamente por los respectivos estamentos para periodos de un año. El comité curricular tendrá a su cargo:

  Asesorar al director o coordinador en la planeación, organización, programación y autoevaluación de las actividades académicas del programa. Proponer estrategias para mejorar continuamente el proceso enseñanza- aprendizaje, fomentar la investigación e incrementar las actividades de proyección social. Revisar periódicamente el currículo y cuidar que se mantenga actualizado y en consonancia con el desarrollo del conocimiento y las necesidades de la región. Analizar y seleccionar las propuestas sobre cualificación y promoción de los docentes. Colaborar con el director en la programación de actividades de cada semestre y en la elaboración del presupuesto. Encontrar alternativas para que los estudiantes realicen sus prácticas, trabajos de grado, servicio social, cursos especiales, etc., con la mayor facilidad posible y logrando sus objetivos. Tratar los casos estudiantiles y docentes que el Director o el mismo Comité pongan a su consideración. Actuar como primera instancia en los asuntos de sus competencias. (Estructura Orgánica, p. 48).

- Dirección de Programa de Comunicación Social y Dirección de Programa de Publicidad: a cargo de los Directores de Programas que administran, gerencian, gestionan y proyectan los programas de pregrado adscritos a la Facultad o a un Centro Regional. Entre sus responsabilidades se encuentran:

Velar porque en el programa académico a su cargo se cumplan las políticas que sobre docencia, investigación y proyección social haya trazado la Institución. Planear, organizar, controlar y evaluar las actividades del programa. Elaborar la programación académica semestral del programa, en docencia, investigación y proyección social. Atender las solicitudes de asesoría y orientación que le formulen los estudiantes sobre su vida universitaria. Ejecutar en el campo reglamentario y disciplinario concerniente a los estudiantes, las disposiciones institucionales, con criterio objetivo y humano, respeto a la persona y de manera formativa. Elaborar el plan de actividades específicas del programa con su respectivo presupuesto, teniendo en cuenta las políticas institucionales. Cuidar que la ejecución del presupuesto asignado a su programa sea correcta, racional y ajustada a lo previsto. Coordinar y proyectar el saber específico del programa en condiciones de calidad. (Estructura Orgánica, p. 45-46).

11.1.2. Estructura Administrativa y Académica del Programa Comunicación Social de Medellín

Este Programa está adscrito a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño de Medellín y cuenta, además de su Director, con:

- Coordinación de Prácticas y Coordinación de Laboratorios: instancias que asesoran y proponen definiciones respecto a situaciones específicas. Que responden por los requerimientos de otras unidades. Que dan cuenta de actas y resoluciones cuando lo ameritan. Y que lideran las actividades relacionadas con cada uno de esos campos de trabajo.

- Coordinadores de componentes: quienes orientan y direccionan los componentes específicos según el plan de estudios. Ellos se ocupan de:

  Liderar y consolidar el trabajo académico del área a su cargo. Organizar y dirigir reuniones periódicas de los profesores, con el fin de planear, compartir, acordar, evaluar y proponer actividades en todos los campos del área. Estimular la investigación y proponer proyectos académicos, técnicos, tecnológicos o pedagógicos. Detectar las necesidades de

formación de sus docentes y diseñar propuestas integrales de desarrollo profesoral. Fomentar e incentivar la producción de artículos, documentos, módulos y textos, cuyas publicaciones sean no sólo un testimonio de la calidad del trabajo realizado, sino de la búsqueda permanente e innovadora. Orientar la revisión periódica de los programas con el fin de hacerlos cada vez más pertinentes y adecuados para el cumplimiento de los objetivos de la Institución. Crear un clima de autoevaluación y mejoramiento en el trabajo del área. Formular, cada semestre, un plan operativo de actividades que sea armónico con los objetivos y propósitos del programa y de la Facultad. Atender los requerimientos de los estudiantes en relación con los cursos, sus contenidos y el desempeño de los docentes del área. Todas las demás funciones que sean pertinentes para el cumplimiento de sus objetivos y metas. (Estructura Orgánica, p. 48-49).

11.2 ARTICULACIÓN DEL PROGRAMA CON EL PLAN DE DESARROLLO 2012-2022 Y EL PLAN DE ACCIÓN 2013-2016

La articulación del programa con los Planes de Desarrollo y Acción, se hace a través de las funciones sustantivas de investigación, docencia, extensión, y las transversales: Bienestar, Cooperación Nacional e Internacional y gestión administrativa y financiera.

Uno de los aspectos más relevantes del Plan de Desarrollo 2012 – 2022 y el Plan de Acción 2012 – 2016, tiene ver con la importancia de la investigación, entendida como un ejercicio de “cultura investigativa” que se convierte en un eje que transversaliza las demás funciones sustantivas.

En cuanto a la docencia, los estímulos y ayudas de la FUNLAM a la formación de los docentes en maestrías y doctorados, el efectivo ingreso al escalafón docente, las capacitaciones institucionales en los temas de: estrategias pedagógicas, tecnologías de la información y la comunicación, idiomas e identidad amigoniana; son estrategias institucionales de las cuales el Programa participa activamente, desde la selección, hasta el acompañamiento de los procesos individuales de quienes se forman en el Programa.

Igualmente, y en consonancia con las políticas institucionales de Extensión, el Programa de Comunicación Social formula cursos nivelatorios, seminarios talleres, y hace énfasis de manera especial en la proyección social a partir de resultados de proyectos de aula y de investigación.

Por otro lado, la internacionalización y cooperación interinstitucional es una política del Plan de Desarrollo (2012-2022). La Oficina de Cooperación Interinstitucional y de Relaciones Internacionales, cumple con la función de realizar vínculos con instituciones de Educación Superior, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, con el fin de fortalecer alianzas estratégicas que favorezcan el desarrollo de programas afines con la docencia, la investigación y la extensión; por ende, el Programa de Comunicación Social lo asumirá de igual forma.

11.3 PLAN OPERATIVO DEL PROGRAMA

El plan operativo permite la ejecución de los lineamientos institucionales (Plan de Desarrollo 2012-2022, Plan de Acción Institucional) articulados con las demandas del Programa.

Institucionalmente, la Dirección de Planeación es la encargada de liderar el desarrollo del Plan Operativo y, por tanto, anualmente se programan las tareas y se realiza la respectiva medición del año anterior. Todo ello, según los dinamizadores y objetivos estratégicos de la Funlam

12. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL PROGRAMA

12.1 CRITERIOS Y ORIENTACIONES PARA ADELANTAR LOS PROCESOS DE AUTOEVALUACIÓN Y AUTORREGULACIÓN DEL PROGRAMA

El Programa sigue las directrices institucionales en estos aspectos, por tanto, ha conformado un equipo integrado por los directivos que tienen injerencia en el Programa, un docente, un estudiante y un graduado, con las siguientes responsabilidades:

- Estructurar el cronograma de trabajo del Equipo de Autoevaluación.
- Hacer partícipes del proceso de autoevaluación a los demás miembros de la comunidad del Programa Académico.
- Aplicar las encuestas diseñadas por la Coordinación del Sistema de Acreditación en Alta Calidad.
- Evaluar y emitir juicios sobre los análisis de los Factores, Características e Indicadores de acuerdo con la información recopilada para el programa académico y la información de soporte institucional.
- Elaborar y presentar el informe de autoevaluación.
- Formular el Plan de Mejoramiento, concebido como “Plan de Mantenimiento, Mejoramiento y Capacidad Innovadora del Programa Académico”, según los lineamientos de la Coordinación del Sistema de Acreditación en Alta Calidad de la Funlam.

A continuación se recopilan y explicitan las actuales directrices y políticas para adelantar los procesos de autoevaluación en la Funlam, con fines de acreditación y de mejoramiento continuo.

Tabla 22. Normatividad y directrices para adelantar procesos de autoevaluación en la Funlam

NORMATIVIDAD Y DIRECTRICES	DESCRIPCIÓN
Proyecto Educativo Institucional	Asume el compromiso de formación integral, enmarcado dentro de las funciones sustantivas de la Educación Superior, por medio de los procesos continuos de autoevaluación y autorregulación, con el fin de mejoramiento continuo que garantice altos niveles de calidad en la prestación de sus servicios, de manera que sea posible evidenciarlos con los procesos de acreditación de alta calidad.
Plan de Desarrollo 2012 – 2022	Establece metas en materia de acreditación en alta calidad, tanto de programas de pregrado, maestrías, acreditación institucional nacional e internacional.
Plan de Acción Institucional 2013-2016	En las "Políticas Institucionales", establece entre los proyectos para el desarrollo de la "Política 1. Universidad de Excelencia", la "Acreditación Nacional e Internacional" (PAI, p. 12), que tiene como objetivo: "Hacer de la evaluación y del mejoramiento continuo, la base para el desarrollo Institucional y la acreditación de programas e Institucional" (PAI, p. 24).
Resolución Rectoral N° 13 de 2011	Redefine la política y los objetivos de calidad en la Fundación Universitaria Luis Amigó.
Resolución Rectoral N° 20 de 2008	Estructura y reorganiza el proceso de Autoevaluación de los programas Académicos de Pregrado y Posgrado con fines de Acreditación.
Radicados 30509 y 30633 de 2012	Orientaciones de la Coordinación del Sistema de Acreditación en Alta Calidad para el proceso de aseguramiento de la calidad de los programas autoevaluados con fines de mejoramiento continuo y de programas acreditados con fines de renovación de acreditación, entendido, en una triple dimensión: 1) la consolidación y proyección de las fortalezas reconocidas en el proceso de autoevaluación o acreditación; 2) la efectiva superación de los aspectos por mejorar encontrados; 3) la demostración de la capacidad de innovar, manifiesta en el mejoramiento continuo del programa.
Modelo de Autoevaluación de Programas de Especialización	La Institución define y aprueba el modelo de autoevaluación para los programas de especialización con fines de mejoramiento continuo mediante Acta N° 1 del Comité de Acreditación Institucional. Febrero 9 de 2011.

12.2 ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y MEJORAMIENTO CONTINUO DE LOS PROCESOS, LOGROS DEL PROGRAMA, Y GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN DE LOS PROCESOS

La Fundación Universitaria Luís Amigó, tiene claro que la autoevaluación se constituye en el proceso mediante el cual la Institución se piensa a diario y redefine su accionar de cara a garantizar a la comunidad regional y nacional, la calidad de su oferta educativa. En este marco, la autoevaluación es concebida como un proceso permanente de verificación, diagnóstico, exploración, análisis, acción, retroalimentación y conceptualización que realizan las instituciones de educación superior, internamente y en cada una de sus estructuras orgánicas, académicas y administrativas, con el fin de identificar sus fortalezas y debilidades, sus oportunidades y amenazas, buscando el mejoramiento continuo que garantice altos niveles de calidad en la prestación de sus servicios. Constituye el paso inicial hacia el proceso de acreditación de programas e instituciones de educación superior.

Desde la función sustantiva de la docencia las capacitaciones institucionales y las evaluaciones de desempeño docente se convierten en insumo para el mejoramiento de la calidad académica.

En investigación la aprobación de presupuestos y asignaciones horarias para la dedicación a la investigación formal y formativa, forman parte del plan de mejoramiento de la calidad.

13. FUENTES DOCUMENTALES

Afacom (Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios de Comunicación). (2004). *Exámenes de calidad de la educación superior– ECAES en comunicación e información. Marco de fundamentación conceptual y especificaciones de la prueba ECAES en Comunicación e Información*. Bogotá, abril 20 de 2004, pp. 33-38.

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). (2005).*Libro Blanco de Comunicación Social.* Títulos de grado en Comunicación. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, junio de 2005. Recuperado de: http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf

Alonso del Corral, Aurora. (2004). La intersección edu-comunicativa. Comunicar, 22, Revista Científica de Comunicación-Educomunicación; pp 13-20. Recuperado de: file:///C:/Users/User/Downloads/Comunicar-22-Alonso-13-20.pdf

Aparici, Roberto. (2002). *La educomunicación en el siglo XXI. Libro Interactivo: Educación para la comunicación*. Televisión y Multimedia [CD ROM]. Madrid. Master en Televisión Educativa. Universidad Complutense.

Bruner, José Joaquín & Ferrada Hurtado, Rocío. (2011). Educación superior en Iberoamérica. Informe 2011. Chile: Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) - Universia, 2011. Recuperado de: http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.universia.net%2Fnosotros%2Ffiles%2FEducacion_Superior.pdf&ei=108XU-GPHJTqkAfamoDACg&usg=AFQjCNFRv1hr_rCpvcE0TETQWLyo8K_m2w&sig2=6AVbNEe2mp7bxIdeZob9kw

Brunner, J.J. (1994). *Desafíos de innovación en la docencia universitaria.* Santiago: FLACSO, Documento de trabajo, serie Estudios Sociales Nº 45.

Consejo Privado de Competitividad Colombiana. *Informe Nacional de Competitividad. 2010 -2011*. [En línea]. [Consultado en agosto de 2011]. Disponible en:http://www.compite.com.co/spccompite/resources/getresource.aspx?ID=824

De Oliveira Soares, Ismar. (2000). *La Comunicación – Educación como nuevo campo del conocimiento y el perfil de su profesional*. Santafé de Bogotá: Fundación Universidad Central. Departamento de Investigaciones. Siglo del Hombre Editores.

De Oliveira Soares, Ismar. (2009). *Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos*. Revista Nómadas No. 30. Abril. Universidad Central – Colombia. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n30/n30a15.pdf

Fuentes Navarro, R. (SF). El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina. Sin publicar.

Fundación Universitaria Luis Amigó. (2012). Proyecto Educativo Institucional. Medellín: Fondo Editorial Funlam.

Fundación Universitaria Luis Amigó. (2012). Estructura Orgánica. Medellín: Fondo Editorial Funlam.

Fundación Universitaria Luis Amigó. (2004). Estándares Básicos del Programa. Medellín: Facultad de Comunicación Social y Publicidad.

Galindo Cáceres, Jesús. (2005). *Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible.* Culturales, vol. I, núm. 1, enero-junio, pp. 7-28. México: Universidad Autónoma de Baja California.

Hernández Díaz, G. (2004). Ponencia: Alcances y limitaciones de la Educación en medios de comunicación. Tercer Congreso de Imagen y Pedagogía. Querétaro-México, 11 p.

Huergo, J. et al. (1997). *Comunicación/Educación. Ámbitos prácticas y perspectivas*. La Plata: Ed. De Periodismo y Comunicación (Universidad nacional de la Plata).

Huergo, J.,Poliszuk,S.,Minzi, V.,Bergomás, G.,Cruder, G. et al. (2011).Comunicación y educación: debates actuales desde un campo estratégico. Córdoba-Argentina: Gráfica del Sur [impresor].

Londoño R. Guillermo. (2004). Aspectos que se consideran críticos para la implementación del sistema de créditos. Ponencia Primer Encuentro Conaces. Recuperado de: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85679_Archivo_doc1.doc

Martin Barbero, Jesús. (1995). PRE-TEXTOS: Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos, Cali: Universidad del Valle.

Marín, Wberney. (2003). *Interdisciplinariedad, investigación y currículo*. Revista electrónica del Programa de Psicología, Poiésis # 6, http://www.funlam.edu.co/poiesis/. Recuperado de: http://www.funlam.edu.co/poiesis/poiesis.solicitud.html

Montoya Ramirez, N. Fundamentación Conceptual de la Comunicación Social y de la Comunicación Educación. Documento de trabajo del Doctorado Interuniversitario en Comunicaciones. Linea educomunicación

Pereira G, J.M. (2005). Boletín digital de la Maestría en Comunicación. Año 2. No. 19. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de http://www.javeriana.edu.co/cyl/maecom/boletin/documents/MedellinPonenciadeJoseMiguelPereiraG.-Comunicacionuncampo.pdf

Pregrado en Comunicación Social –Medellín. (2012). Documento condiciones de calidad para la Renovación de Registro Calificado. Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigó.

Programa de Comunicación Social – Medellín. (2011). Informe de Autoevaluación. Fundación universitaria Luís Amigó. Facultad de Comunicación Social y Publicidad. Septiembre. Pp 219-223.

Rey, G. Las mediaciones culturales de la Comunicación en la educación. Recuperado de: http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:wC1LW70f_rAJ:www.dimensioneducativa.org.co/apc-aa-files/e9c8f3ef742c89f634e8bbc63b2dac77/ArticuloGerm_nMu_oz.doc+delinea+un+nuevo+mapa+de+intersecciones+donde+se+destaca:+la+reconfiguraci%C3%B3n+de+

los+mecanismos+del+poder+a+nivel+global&hl=es&gl=co&pid=bl&srcid=ADGEESiDGn9ZJjg4otFy54xYqj2BcQ6B9qK1p-

Rizo García, M. (2012).Imaginarios sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy. [Versión digital]. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autónoma de Barcelona. 101p. Recuperado de: http://incom.uab.cat/download/eBook_2_InComUAB_MRizo.pdf

Safar, E. (2001). La comunicación en el pensamiento de Paulo Freire. Humánitas. Portal temático en Humanidades. Anuario ININCO. Investigación de las Comunicaciones. N.13 Volumen 1. Caracas, junio de 2001. [Recuperado de: www.revele.com.ve/pdf/anuario_ininco/vol1-n13/pag151.pdf].

Rodríguez Rodríguez, J. (2008). Ciudad educadora: Una perspectiva política desde la complejidad. Revista Iberoamericana de Educación ISSN: 1681-5653 n.º 45/2 – 10 de febrero Edita: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). [Recuperado de: http://www.rieoei.org/deloslectores/1965Rodriguez.pdf]

Stenhouse, L. (2003). *Investigación y desarrollo del currículum*. Quinta Edición. Madrid: Ediciones Morata, pp.172-194.