

Medellín, 31 de enero de 2024

70193

Señores
DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN
Universidad Católica Luis Amigó
Medellín

Asunto: remisión de informe

Cordial saludo,

Se envía informe de gestión del año 2023 de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

Quedo atento a las observaciones y sugerencias.

Atentamente,

Alejandro Alzate Giraldo
[Alejandro Alzate Giraldo \(31 ene., 2024 10:20 EST\)](#)
ALBERTO ALEJANDRO ALZATE GIRALDO
Decano
Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Anexo: lo enunciado

Copia: Secretaría General

Katerine C.

Universidad Católica Luis Amigó

Informe de Gestión 2023_2

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Padre Carlos Enrique Cardona Quiceno
Rector

Alejandro Alzate Giraldo
Decano

Lina María Rendón López
Directora del Programa de Comunicación Social

Paula Andrea Vargas Londoño
Directora del Programa de Diseño Gráfico

Jimena Isaza Álvarez
Directora del Programa de Publicidad

Anlly Tatiana Flórez Ospina
Coordinadora del Programa de Comunicación Social
(Manizales)

Manuel Javier Castrillón Medina
Coordinador Maestría en Comunicación

Johan Sebastián Morales
Coordinador Maestría en Publicidad

Deybis Zapata Correa
Coordinador Especialización en Relaciones Públicas

Elina Londoño Alurralde
Coordinadora del Doctorado en Comunicación

María Cristina Pinto Arboleda
Líder Grupo de Investigación Urbanitas

Introducción

Industrias Creativas como estrategia académica

Para el periodo de 2023_2 la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño reforzó la investigación relacionada con las Industrias Creativas, sin descuidar, en ningún momento, las otras funciones sustantivas de Extensión y Docencia y mucho menos las de Bienestar Institucional e Internacionalización. Se integra así la Facultad a las orientaciones institucionales de la Universidad desde los ejes centrales de la razón de ser de los diferentes programas que la componen como unidad académica. Esos ejes tienen como fundamento la corresponsabilidad, la comunicación interna y externa; la calidad como una prioridad y el enfoque de género, como valores y “delicadeza con la casa común en escucha y confianza”.

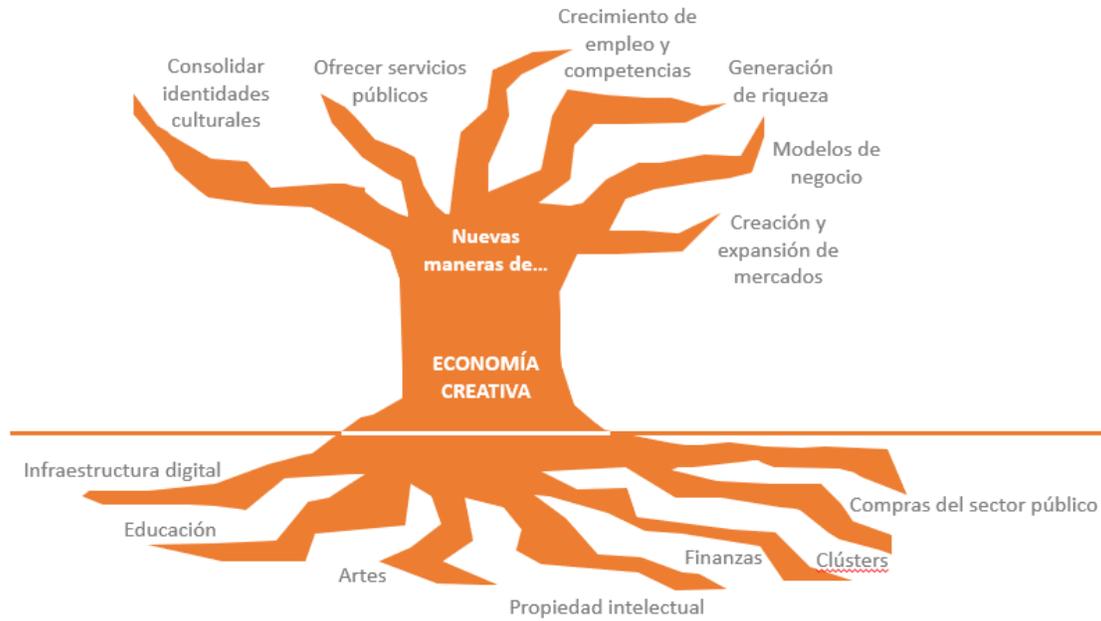
De esta manera los fundamentos de las Industrias Culturales, dados por el Gobierno Nacional, mediante la Ley 1834 del 23 de mayo de 2017, promulgada por el Congreso de la República, se concatenan con esos valores institucionales y, más aún, con la esencia de la Facultad, que en su estructura humanística y humanitaria vela por una información a la altura de lo ético, lo objetivo y lo tecnológico: por una inspiración participativa de las expresiones propias de cada territorio y la por la inclusión en la generación de oportunidades, laborales sociales y culturales. A estas estrategias se unen las instituciones, que deben fortalecer a las Industrias Culturales con una adecuada infraestructura, acorde con los desafíos actuales de la comunicación atravesada por la Inteligencia Artificial y el avance acelerado de las redes sociales.

La integración entre la Facultad y las Industrias Culturales se refleja en la referida normatividad, pues con ella se pretende promover la economía en los sectores “editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales; de artes escénicas y espectáculos de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial; de educación artística y cultural; del diseño, publicidad; contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos; moda, agencias de noticias y servicios de información y educación creativa...” como factor generador de empleo de calidad; motor de desarrollo, que fomenta el tejido social y humano, así como la identidad y la equidad (Artículos 2º y 3º), tal como se muestra en el siguiente gráfico:



Elaboración propia a partir de Congreso de Colombia, (2017)

A partir de la integración de las Industrias Culturales, la Facultad se la juega por consolidar las identidades culturales en las diferentes comunidades donde interviene; ofrecer servicios educativos a los públicos que lo soliciten; crear modelos de negocio; generar riqueza; creación y expansión de mercados y aportar al crecimiento de empleo digno. A eso debe contribuir la educación superior, de acuerdo con el siguiente árbol de problemas:



Elaboración propia a partir de Newbigin, (2010)

De acuerdo con ese panorama, la Facultad entrega su informe de gestión del periodo 2023_2, donde se relaciona las actividades desde las distintas unidades académicas.



Pregrados

Programa de Comunicación Social



- **Docencia**

Asuntos estudiantiles

Estudiantes nuevos	49
Estudiantes antiguos	1259
Estudiantes totales	1307
Graduados	121

Asuntos docentes

En cuanto a la planta docente el programa contó con la siguiente planta docente

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	26
Tiempo completo semestre académico	22
Medio tiempo semestre académico	3

Cátedra	7
Total docentes	58

Internacionalización y cooperación interinstitucional

En el periodo de 2023_2, de acuerdo con los requerimientos y las especificidades del Plan de Mejoramiento, Mantenimiento e Innovación en relación con movilidad, eventos de promoción de la internacionalización, movilidad docente, entre otras actividades, se presenta el plan de trabajo desarrollado:

Actividad	Descripción	Evidencias
Reuniones de funciones sustantivas	Objetivo: comprender las funciones sustantivas, su impacto en los programas y las hojas de ruta a seguir.	Actas
Realización evento de socialización de experiencias de intercambio, estudiantes de la Facultad Comunicación, Publicidad y Arquitectura.	El evento contó con la participación de cerca de 50 estudiantes en la modalidad presencial y virtual. Cinco estudiantes compartieron sus experiencias de intercambio.	Registro fotográfico -Piezas gráficas y audiovisuales -Grabación de evento -Listado de asistencia -Material recopilado para publicaciones y difusión del evento. -Publicaciones en redes sociales
Seguimiento estudiantes movilidad	Seguimiento a los seis estudiantes en movilidad académica entrante y saliente, gestión de apoyos y requerimientos. Estudiantes salientes 2: María Camila Cano - Saray González Toro. (Universidad de Valencia, España). Estudiante entrante 1: Ximena Morales Rodríguez, Corporación Universitaria Lasallista.	Seguimiento a las estudiantes: -María Camila Cano -Saray González Toro -Ximena Morales Rodríguez
Movilidad entrante Universidad César Vallejo de Perú	Se adelantaron reuniones con la Directora del Programa Lina Rendón López, la OCRI y directamente con Saraí Zavaleta, Directora del Programa de Comunicación Social de la universidad peruana.	Se espera seguir en las conversaciones.
Sistematización y registro de datos de movilidad docente y conexión global	Se acordó la creación de instrumento de recolección de información de las actividades de Internacionalización. Se compartió con los profesores y profesoras del Programa, para la entrega de información respectiva.	https://forms.gle/tfWi4p29sPmSzyXv7 https://docs.google.com/forms/d/1uelMegUD5QLZdNMCPAXlatphgLGx55Ve5nkXLlxmMg/edit#responses
Doble titulación con Universidad San Gregorio de Portoviejo - Universidad Simón Bolívar de México	Se adelantaron conversaciones y contactos con la Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador para iniciar un proceso de doble titulación.	

	Se inició exploración con la Universidad Simón Bolívar de México, Ciudad de México, gracias al apoyo de la OCRI.	
Socialización de actividades de internacionalización en el Comité Curricular de Comunicación Social.	En un Comité Curricular se socializó con los y las profesoras coordinadoras de componentes las actividades realizadas y planeadas sobre la Internacionalización. Se compartió información sobre las aulas de inscripción a las convocatorias de la OCRI, al igual que las becas disponibles.	Socialización_actividades_internacionalización_Comité_Curricular_Comunicación_social.
Trabajo articulado con monitor de Internacionalización	Se realizó reunión con el estudiante Santiago Atehortúa para iniciar un plan de trabajo con la elaboración de la propuesta de internacionalización para el programa de Comunicación Social	Evento de socialización de experiencias de intercambio y propuesta 2024-I.
Movilidad estudiantil	Un compilado recoge un total de 9 estudiantes, las universidades de destino y los cursos matriculados en el lugar de destino.	Compilado_estudiantes_intercambio_2023-I-Ildocx
Relacionamiento institucional	Dentro del Programa se destaca el relacionamiento con distintas instituciones locales y nacionales para lo cual se invitaron a varios personajes.	
Programa de colaboración virtual Conexión Global	Conferencia: Conflicto en Latinoamérica, en conjunto con Full Producciones, de la Comuna 13. Invitado: Pablo Díaz, de Argentina	Ecard.
Estancia en Canadá	El docente Alejandro Agudelo Calle realiza una estancia de investigación en la Universidad de Victoria, Canadá. Es un proyecto de cooperación internacional coordinado por el profesor Matt Murphy de la Universidad de Victoria y financiado por la Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC).	https://www.funlam.edu.co/uploads/facultadcomunicacion/619_Academicus_Edicion_N8.pdf

Extensión

• Informe de prácticas Comunicación Social 2023_2

En el transcurso del semestre 2-2023, un total de 235 estudiantes de Comunicación Social participaron activamente en procesos de prácticas para el enriquecimiento de sus habilidades y conocimientos.

Por otro lado, los cursos de prácticas de Comunicación Social han fomentado la creación y aplicación de proyectos de prácticas. El resultado es la vinculación laboral de 27 personas al término de sus procesos de prácticas.

También, un total 148 agencias de prácticas estuvieron activas durante el semestre, principalmente en cuatro sectores económicos: Educación (11 instituciones), Salud (7 organizaciones hospitalarias) organizaciones públicas (5) y BPO (5 call centers).

- **Inducción a Prácticas de Comunicación Social**



Como cada semestre, los aspirantes a desarrollar prácticas de Comunicación Social asistieron a una reunión informativa para conocer todo lo que deben saber antes de iniciar prácticas. Además de los tipos de vínculos formativos y las particularidades de los cursos, se hizo un refuerzo en la importancia de las habilidades blandas, en la relación entre las fechas de inicio y finalización de sus procesos con el calendario académico de la Universidad, y las responsabilidades que asumen al estar inscritos y en desarrollo de procesos de prácticas.

- **Del Saber a la Práctica 2023_2**



Esta vez la actividad de socialización de prácticas de Comunicación Social (**Del Saber a la Práctica**) se desarrolló junto al Programa de Diseño Gráfico y tuvo dos momentos: una jornada académica compuesta por tres paneles, y con temáticas de interés para los estudiantes de ambos de programas, y una feria de práctica en la cual algunos practicantes, seleccionados por su buen desempeño en las organizaciones, contaron de las estrategias de comunicación y del impacto de sus acciones en las empresas.

- **Videos de socialización de prácticas de Comunicación Social 2-2023**

Dentro de los objetivos académicos de los cursos de prácticas –y como estrategia para divulgar lo que hacen los jóvenes en las empresas– se desarrolló, una vez más, la estrategia de redes en la cual los estudiantes socializan sus procesos de prácticas.

Practicantes	Organización	Enlace del video
Alejandra Colorado Dahiana Pérez	Gobernación de Antioquia	https://www.youtube.com/watch?v=Q9uxgAuPOXo
Susana Ortiz	Comunicación y Formación (Mercadeo) en Offcorss	(Mercadeo) en Offcorss https://www.youtube.com/watch?v=zi9SmL-ts44
Santiago Atehortúa	Empresas Varias	https://www.youtube.com/watch?v=Ri9fLtr-zHo
Carlos Turizo	Club Atlético Nacional	https://www.youtube.com/watch?v=1XW72N41oK4
Luisa Fernanda Santana	Comunicaciones Internas del Grupo Familia	https://www.youtube.com/watch?v=Hg_bjKyTW8E

- **Aspecto crítico**

Existe una deuda pendiente en relación con la falta de desarrollo de prácticas investigativas de Comunicación Social. Esta carencia se atribuye, en gran medida, a la preferencia de los estudiantes por las experiencias prácticas en entornos empresariales, impulsados por los beneficios económicos asociados. Asimismo, se ha identificado que algunos estudiantes no cumplen con los requisitos necesarios para participar en prácticas investigativas, lo que limita aún más la realización de este tipo de experiencias.

Graduados

- Durante el primer semestre de 2023 la labor del apoyo a graduados en el Programa Comunicación Social se centró, principalmente, en la aplicación de la encuesta corta de autoevaluación para los graduados, para buscar las estrategias para que, de una manera u otra, ellos y ellas accedieran a responder la encuesta. Fue una labor dispendiosa y compleja.

- Uno de los principales eventos que se desarrolló en el 2023 fue el Encuentro de Graduados que tuvo lugar en el Hall del Teatro Mayor San José: asistieron un total de 85 comunicadores sociales amigonianos de diferentes cohortes, que compartieron su experiencia profesional con sus colegas y profesores.
- En el año 2023 los graduados han sido parte fundamental de la formación de los estudiantes acompañando a algunos docentes en sus clases, como:
 - Felipe Sánchez Hincapié: Graduado, asistió como invitado al Curso Investigación periodística con una charla titulada El periodismo es la vida, en donde hizo un recuento por todo su caminar periodístico y compartió con los estudiantes su experiencia
 - Jéssica Londoño: Graduada del Programa y Profesional en Cine, acompañó a la docente Cristina Loaiza en la clase de Apreciación cinematográfica hablando de dirección y producción de cine en Medellín
- Se realizó una labor importante de motivación a graduados a participar en los diferentes órganos colegiados y actividades académicas, por lo que a las elecciones de los mismos del año 2023 hubo un total de 6 postulados, 2 graduados para Consejo Académico y 4 para Comité curricular del programa
- Se ofertó la Diplomatura en Comunicación Digital. Caja de herramientas para emprendedores y creativos que fue una propuesta para la exploración y materialización del pensamiento creativo y estratégico en entornos digitales.
- Por primera vez la especialización en Relaciones Públicas hizo reconocimiento con Mención de Honor, a Laura Giraldo Granados quien es graduada del Programa de Comunicación Social y a partir de su profesionalización, inició un recorrido en el cual se ha destacado como una experta en el ámbito de las relaciones públicas.
- Se realizó el grupo focal de empleadores, en donde 6 jefes de algunos de nuestros graduados compartieron su perspectiva sobre el desempeño de los profesionales, sus aciertos y lo que deben reforzar
- Se llevó a cabo en el segundo semestre de 2023 el evento Volviendo a la U, en esta ocasión se realizó un panel con Libardo Andrés Agudelo y Luisa Fernanda Vélez ambos graduados, quienes compartieron su experiencia en las organizaciones no gubernamentales. El Panel fue titulado “Comunicación para el cambio social”

Es importante mencionar los Premios CIPA Que recibieron por un lado David Naranjo y Alexander Hernández y por otro Jennifer Cortés, como parte de los reconocimientos de nuestros graduados.

- Sistema de Medios Sextante 2023_2

Sextante, Sistema de Medios

2023_II

SEXTANTE RADIO			
Emisoras aliadas	Fecha de inicio	Fecha final	Nro. de emisiones
Zona Radio 88.4 FM; Buenaventura Estéreo 95.4 FM y La Esquina Radio 101.4 FM	Lunes 28 de agosto de 2023	Viernes 24 de noviembre de 2023	60
METODOLOGÍA			
Estructura	Asignación de notas	Consejos de redacción	Grupo de interés
Sextante Radio está compuesto de la siguiente manera: una entrevista que desarrolla la noticia del día y la emisión de informes (simples, compuestos y nota tipo entrevista) que corresponden a cuatro secciones: salud, educación, deportes y cultura (áreas temáticas). La modalidad de emisión es en directo con una duración de 30 minutos.	A cada estudiante del curso Producción e Información Radial se le asignó un tipo de informe específico con su correspondiente área temática, de tal manera que se produjeran y presentaran tres notas informativas distintas en la semana respectiva, según la programación.	Se celebraron nueve (9) consejos de redacción durante el semestre con los distintos estudiantes de cada uno de los grupos. Con antelación suficiente, cada docente del curso recibió la asignación de notas y comprometió a los estudiantes en el proceso.	Las dinámicas de producción de un noticiero radial diario exigen la consolidación de un equipo base de periodistas que suplan las necesidades informativas del espacio. Por tal razón, se convocó a algunos estudiantes del curso que ya habían pasado por la experiencia de Sextante Radio y a otros de semestres anteriores para participar del grupo de interés. El equipo inició labores en el semestre 2023-II el

Plan de Integración Curricular	Producción edición número 45 de Sextante Prensa	Periodismo Producción Audiovisual	Producción de Prensa Fotografía y Diseño y Diagramación
	<p>11.a edición Expo Sextante Feria de Periodismo Universitario. Miércoles 1 de noviembre de 2023, pasillo La Iguaná.</p> <ul style="list-style-type: none"> Participaron 42 expositores de los distintos semestres del Programa. Por tercera oportunidad, participan los estudiantes de Publicidad de los cursos Radio y Música Publicitaria. Se presentaron 19 productos. 	Periodismo Producción Audiovisual	Producción de Prensa Periodismo Virtual Producción e Información Radial Periodismo y Medios Alternativos Edición y Producción

Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> Sextante Radio, el medio más joven de Sextante Sistema de Medios, recibió el Premio de Periodismo Alcaldía de Medellín en la categoría Mejor Trabajo Periodístico Estudiantes otorgado al estudiante Óscar Eduardo Linares Acevedo y al director del medio Julián David Zuluaga Agudelo. El premio fue entregado en ceremonia de ciudad el viernes 24 de noviembre de 2023. El reportaje radial premiado es <i>Ser venezolano y estudiante en Colombia, el drama de la xenofobia en instituciones educativas de Medellín</i> emitido en Sextante Radio el lunes 29 de mayo de 2023. Este reportaje había sido postulado a otras convocatorias de periodismo, entre ellas al Premio Reportaje Radio Francia Internacional RFI, en mayo de 2023.

			viernes 25 de agosto de 2023 y está compuesto por los siguientes nueve (9) estudiantes: Sebastián Úsuga Múnera, Laura Avendaño Giraldo, Santiago Vásquez Sucerguía , Juan Esteban Vásquez Correa, Laura Melissa Sampredo Builes, María Fernanda Quejada Loaiza, Camilo Giraldo Álvarez, Karen Dayana Martínez Tuberquia y Jenifer Andrea Quintero Posada
CONTENIDO EMITIDO			
Informes simples	Informes compuestos	Informe/entrevista	TOTAL INFORMES
127	97	64	288
Entrevista noticia del día	60		
Crónicas	Reportajes	Especiales	
4	6	2	

- Además, el reportaje radial *Ley Integral Trans, un sueño colectivo por el reconocimiento y la vida digna*, emitido en Sextante Radio el día 25 de octubre de 2023, resultó entre los 36 finalistas, tras 253 postulaciones de todo el país, de los **Premios SUMA al Periodismo**, una iniciativa gestada en el ecosistema de las organizaciones e la sociedad civil y apoyada por la **Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)**. El reportaje finalista quedó entre los 5 mejores trabajos del país en la categoría Periodismo Universitario.
- En línea con los reconocimientos, en la edición 2023 de los **Premios CIPA a la Excelencia Periodística**, del Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia, Sextante, Sistema de Medios, fue galardonado con dos premios en las categorías Periodismo Investigativo y Periodismo Universitario. Respectivamente, los trabajos premiados fueron *Desminado en Urabá, el paraíso verde donde es peligroso caminar*, publicado en Sextante Digital, y *El drama del hambre en Colombia*, publicado en la edición 42 de Sextante Prensa. La ceremonia se realizó en el IDEA el martes 8 de agosto de 2023.
- Sextante Prensa continuó el proceso de cambios en la diagramación y el diseño, aumentó el número de páginas para su edición nro. 45 gracias al trabajo de los profesores Wilmar Vera, a la cabeza, y Wilmar Daniel Gómez con la estudiante Ximena Castañeda Giraldo. En la presente edición quedó en firme la aplicación del logotipo de Sextante Prensa en el cabezote.
- La 11.ª edición Expo Sextante permitió la articulación de un trabajo previo de producción audiovisual en el que se desatacaron algunos ganadores de la décima edición de la feria. Los VTR y las entrevistas en vivo permitieron la realización de más de 6 horas de transmisión por las redes de Sextante. El docente Alejandro Estrada Agudelo y sus estudiantes de Edición y Producción asumieron este trabajo.
- Los estudiantes de los cursos Música Publicitaria y Radio Publicitaria participaron, por tercera ocasión, en Expo Sextante. Destacable el trabajo del docente **Jhon Morales** del Programa de Publicidad.
- El 17 de agosto de 2023, en la Universidad Católica de Oriente, se presentó la ponencia *Sextante, Sistema de Medios, una propuesta multilingüaje para la enseñanza y el aprendizaje del periodismo en clave de la integración curricular*, con el objetivo de fortalecer la visibilidad del proceso en otros espacios académicos. La experiencia Sextante fue presentada por el docente Julián David Zuluaga Agudelo, coordinador de Sextante, Sistema de Medios, en el marco del Congreso Internacional

• Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño

El 30 de octubre de 2023 se dio apertura la tradicional Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño. Fueron diversas las actividades académicas y culturales que se llevaron a cabo en el marco de este evento. Para destacar las siguientes actividades:

Presentación de la edición número 8 del Boletín de la Facultad Académicus.		
Conversatorio musical a cargo de Sandra Arregocés y Hernando Riaño quienes hablaron del Encuentro Vallenato Femenino, EVAFE, y la importancia de la presencia de lo femenino en la música vallenata. Ellos llegaron invitados de la ciudad de Valledupar.		
Charla con Gabriel Levy	De la comunicación a la Literatura	Plataforma 9 3/4
Volviendo a la U	Comunicación para el cambio social	Charla Perreito con datos
Taller Crónica Sonora	Tejiendo Vínculos	Ejercicio de activación "Estampatón"
Retos de la comunicación estratégica	Taller de "Collage"	Exposición Mudi-verso
Taller de "Encuadernación"	Homenaje 50 años de vida Miguel Ángel Betancur Tamayo	Taller de "Mock-ups" Taller de "Tie-dye"

Programa de Diseño Gráfico



Docencia

- **Asuntos Estudiantiles**

Por el lado de las estadísticas estudiantiles, el Programa tuvo el siguiente comportamiento:

Número de estudiantes que ingresaron a corte de enero a junio a 2023 179	Estudiantes totales 854	Número de estudiantes graduados en el 2023_1 (el informe se presenta al 2023-1 dado que aún no tenemos los datos finales cargados en el Cifras estadísticas institucionales) 28
Número de estudiantes graduados totales 198	Número de estudiantes retirados 65	Monitorias 5

- **Asuntos docentes**

El siguiente es el panorama estadístico de los asuntos docentes del Programa:

Tiempo completo 23	Medio tiempo 3	Cátedra 3	Nivel de Estudios Maestría 15
Nivel de Estudios Especialización 6	Nivel de Estudios Profesional 6	Escalafón Auxiliar 6	Sin Escalafón 23
Contrato Año Calendario 5	Contrato semestre académico 21	Contrato Cátedra 3	Horas de docencia 2024
Horas de investigación 392	Horas de extensión 628	Horas administrativas 218	Número de actividades de capacitación docente 2
<p>Instrumento de evaluación docente. Sé aplica instrumento donde se recoge la percepción de los estudiantes acerca de la calidad de la enseñanza 30</p>			

En cuanto a otras actividades en asuntos docentes, se pueden sintetizar de la siguiente manera:

- Creación de tres cartas descriptivas: Fotografía Básica Digital, Ilustración Digital y Realidad Aumentada.
- Se finalizó y se entregó el proceso de autoevaluación.
- Se finalizó el PMMI.
- Se realizaron cuatro procesos de gestión de material bibliográfico.
- Se firmó el Convenio Interinstitucional RED de Diseño.
- Se tuvo la visita del docente Mauricio Sánchez P.
- Se vinculó un graduado a la docencia.

Internacionalización y cooperación interinstitucional

En cuanto a la movilidad entrante estudiantil, cinco (5) estudiantes participaron de esta actividad:

- Diaz Infante Daniel Alejandro _ Universidad Cuauhtémoc San Luis Potosí - México
- Fernández Chávez Lluvia Elida_ Universidad Autónoma - Ciudad Juárez (México)
- Flores Rivas Andrea Marcela_ Universidad Don Bosco - El Salvador
- Mayorga Rivera Sofia Valeria_ Universidad Don Bosco - El Salvador
- Rodríguez Lechuga Andrea Raquel_ Universidad Don Bosco – EEI Salvador

Extensión

- Informe de Prácticas Diseño Gráfico 2023_2

Actividad realizada	Descripción en detalle de lo realizado por el docente	Resultados de tipo cualitativo y cuantitativo
Portafolios y hojas de vida p	Se enviaron los portafolios y hojas de vida en respuesta a diversas convocatorias que se recibían o se buscaban activamente desde la Coordinación de Prácticas.	Se enviaron 43 portafolios y hojas de vida durante
Divulgación de las ofertas de prácticas	Se realiza una gestión adicional incluye proporcionar detalles sobre el origen del envío y los posibles lugares donde podrían recibir una llamada para llevar a cabo el primer encuentro o entrevista.	Se logró el envío de los portafolios y hojas de vida a un promedio de 78 empresas.
Comités de Prácticas de	Estas sesiones de trabajo conjunto permiten abordar de manera integral las dinámicas y desafíos que surgen en el contexto de las prácticas.	Se realizaron cuatro comités por semestre.
Validación asesorías de prácticas.	Durante los primeros meses de cada periodo académico se llevó a cabo la validación de la documentación y requisitos de los practicantes.	Este proceso se lleva a cabo mediante la pantalla compartida, con el objetivo de generar transparencia en cada etapa del procedimiento.
Recibir, verificar y subir la información al sistema	Esta práctica es crucial para asegurar la precisión de los datos, los cuales son la base de la información que se adjunta en el sistema académico.	Esta práctica asegura la integridad del procedimiento y facilita una comunicación abierta y efectiva entre los practicantes y los procesos administrativos.

- Adicionalmente, realizaron seis (6) del Portafolio de Extensión.
- Inducción de las prácticas

PROGRAMA DISEÑO GRÁFICO
Reunión Informativa
 Práctica I y II

Auditorio Padre Maya
 Viernes 11 de Agosto
 02:00 p.m. a 04:00 p.m.
 Bloque 1 Piso 4
Asistencia Obligatoria

Convoca Dirección de Programa y Coordinación de Prácticas

Requisitos para las prácticas. Tener 120 créditos al finalizar el semestre en su hoja de vida académica. Conocer el tipo de contrato, tiempo de la práctica y perfil requerido. Comprender los deberes del cargo asignado durante la práctica. Estar involucrado en la ejecución de proyectos gráficos.

practicas.disenografico@amigo.edu.co paula.vargas@amigo.edu.co

design gráfico INSTITUTO CATÓLICO LUÍS AMIGO FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO

Se llevó a cabo una inducción integral con todos los practicantes de primer y segundo nivel, en la cual se explicaron detalladamente las diversas directrices institucionales. Durante esta sesión, se abordaron también aspectos fundamentales del reglamento y se proporcionó información detallada sobre los elementos evaluativos que comprenden la práctica. El objetivo principal de esta inducción fue asegurar que los practicantes tengan un entendimiento claro y completo de las expectativas y requisitos institucionales, contribuyendo así al desarrollo exitoso de sus prácticas académicas. Asistieron alrededor de 39 estudiantes-practicantes, donde se aclararon las dudas sobre los diferentes procesos, evaluaciones y encuestas que se llevan a cabo en la práctica.

- **Preinducción de Prácticas 022024**

Se organiza este espacio para todos aquellos que deseen realizar la práctica en el semestre siguiente. Durante esta sesión, se comparte información sobre la dinámica de esta experiencia, destacando su importancia como requisito educativo para graduarse en Diseño Gráfico. Participaron 45 estudiantes.

- **Socialización de prácticas**

Se llevó a cabo la publicación y divulgación de los videos de socialización de nuestros practicantes a través de la plataforma YouTube. Son 35 videos publicados en el Canal Videos de Prácticas de Diseño Gráfico.

- **Asesorías a los practicantes**

El objetivo de esta actividad es proporcionar un acompañamiento respetuoso y cercano donde el estudiante pueda expresar sus dudas o solicitar asesoría sobre el desempeño de su labor en la agencia de práctica correspondiente. Los asesores que participan en este proceso, desde la validación de la práctica, son asignados a los estudiantes que deben acompañar. Son siete asesores, cada uno por los menos con 14 a 16 practicantes.

- **Visitas / Video llamadas a las Agencias de prácticas.**

Estas visitas suelen tener una duración de 30 a 45 minutos. El docente asesor elabora una agenda, la cual comparte con los practicantes a su cargo.

- **Realización de encuestas**

Desde el Departamento de Extensión se hacen tres tipos de encuestas: una dirigida a las coordinaciones de prácticas de la universidad, otra dirigida a los practicantes y, por último, una dirigida a los cooperadores. Además, desde el Programa se realizan dos encuestas con el objetivo de comprender más a fondo la opinión que se tiene del Programa, desde dos perspectivas: la del estudiante y la del cooperador.

- **Creación de cartilla paso a paso del proceso que deben hacer los asesores**

Se llevó a cabo una inducción y se proporcionó un pequeño manual para informar detalladamente el paso a paso a cada uno de los nuevos asesores de prácticas. Esta iniciativa resultó ser de gran ayuda y una excelente herramienta, facilitando la realización y el cumplimiento efectivo de sus responsabilidades de manera eficaz.

Graduados

El Programa de Diseño Gráfico realizó las siguientes actividades con los graduados:

- Se realizó el evento de graduados Actualízate con Diseño.
- Se entregó el informe de graduados de 2022.

También este aspecto, se ajustaron los Resultados de Aprendizaje: se pasó de nueve (9) a cuatro (4) resultados.

Programa de Publicidad



El programa de Publicidad recibió la acreditación en alta calidad en 2023-2

Docencia

- **Asuntos estudiantiles**

Estudiantes nuevos	39
Estudiantes antiguos	285
Estudiantes totales	324
Graduados	11

La estudiante Angie Katherine Betancourt Álvarez hizo intercambio procedente de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Orinoquía.

- **Asuntos docentes**

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	4
Tiempo completo semestre académico	6
Medio tiempo semestre académico	3
Cátedra	3
Total docentes	16

Innovación

Durante el segundo semestre del 2023, el programa de publicidad actualizó el PEP, y se abrieron 4 electivas nuevas:

- Planner
- Producción y postproducción de audio
- Marketing de experiencias
- Contexto sociopolítico

Internacionalización y cooperación interinstitucional

- Las estudiantes del programa de Publicidad Samara Gil Moreno y Laura Macía Álvarez al igual que el coordinador del Semillero de Investigación Publicitaria Émico Jhon Esteban Morales Quintero participan en calidad de

asistentes a la XVIII Semana Internacional de Diseño en la Universidad de Palermo, Argentina realizada entre el 17 de julio y el 04 agosto de 2023.

- Las estudiantes del programa de Publicidad Samara Gil Moreno y Laura Macía Álvarez al igual que el coordinador del Semillero de Investigación Publicitaria Émico Jhon Esteban Morales Quintero participan en calidad de asistentes a la XVIII Semana Internacional de Diseño en la Universidad de Palermo, Argentina realizada entre el 17 de julio y el 04 agosto de 2023.
- El docente del programa de Publicidad Carlos Mario Berrio participa como ponente en el III Congreso Internacional de Investigación, Ruralidad, Desarrollo y Paz de la Institución de Educación Superior Colegio Integrado Nacional Oriente de Caldas (CINOC) con el proyecto titulado “Una Lucha Sin Héroes: Representaciones del Conflicto Armado en el Cine Colombiano”.
- El docente Jhon Esteban Morales Quintero participó como ponente en el Congreso Interfaces de la Universidad de Palermo en Argentina. El título de la ponencia es “El Vodcast como Estrategia Didáctica en el Aula de Clase”.
- Los docentes John Fredy Cano Gutiérrez y Jorge Andrés Rico Zapata participan en el IV Congreso Internacional de Ética, Ciencia y Educación en calidad de ponentes al igual que la estudiante de la maestría en Publicidad Daniela Montoya García.
- Participación con ponencia en el Festival Urbana Rock en Barranquilla con la ponencia Técnicas de Grabación a cargo del docente Jhon Esteban Morales Quintero.
- Participación con ponencia en el Festival Urbana Rock en Barranquilla con la ponencia La música como experiencia visual a cargo de la docente Aura María Florián Morales.
- Se realiza clase espejo con la Institución Universitaria Digital de Antioquia con el programa de Publicidad y Mercadeo Digital. Cada sesión del taller es acompañada por un docente y un graduado del programa de Publicidad y un experto del medio.
- El docente del programa de Publicidad Jhon Esteban Morales Quintero realiza una clase espejo en la asignatura Taller de Radio II del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica de Oriente.
- El docente del programa de Comunicación Social Daniel Ospina Hurtado realiza una clase magistral sobre radio geolocalizada en el curso de Radio Publicitaria del programa de Publicidad.
- Desde el curso de Publicidad en Entornos Digitales, el cual es orientado por la docente Lina María Martínez Gutiérrez, se realiza un proyecto aula con el Hospital Universitario San Vicente de Paul.
- Desde el curso de Multimedia y Nuevos Medios, orientado por el docente Jhon Esteban Morales Quintero, se realiza un proyecto aula con la agrupación musical llamada “A Cero Grados”.
- El docente del programa de Publicidad Carlos Mario Berrio Meneses realiza una clase espejo en la Institución Universitaria de Envigado en el curso de

Comunicación Publicitaria. A su vez, el docente Juan Guillermo Estrada de la Institución Universitaria de Envigado presenta su clase sobre gamificación en la comunicación persuasiva en el curso de Teorías de la Comunicación y Comunicación Publicitaria en la Universidad Católica Luis Amigó.

- Cinco docentes participaron en el Congreso Internacional Comunicación, Lenguajes y Culturas. Retruécanos: Entre Culturas y Lenguajes Nos Comunicamos, organizado por la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) de México y la Universidad Católica de Oriente (UCO) de Rionegro, Antioquia.
- La directora, Jimena Isaza Álvarez y la docente Yahaira Castro Cárdenas participaron como ponentes en el Encuentro de Referentes Comunitarios realizado por TECHO, Inder Medellín y Alcaldía de Medellín.

Extensión

- Puesta a Punto. Taller Publicitario. Este taller nace como una iniciativa de estudiantes y docentes del programa de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó como un espacio para reforzar los conceptos principales, procesos y cambios dentro del ejercicio de la profesión, lo cual permite que se fortalezca la preparación para el campo laboral. Los encuentros realizados se hacen de forma virtual y presencial, donde se tratan temáticas de creatividad, storytelling, campañas publicitarias, mercadeo, sonido, fotografía, comportamiento del consumidor, branding y protocolo.
- El 17 mayo de 2023 se realiza la charla titulada “Propaganda, Publicidad y Caricatura Política” donde se busca comprender a partir de la historia de la propaganda, la relación que han sostenido la publicidad y la política en las sociedades humanas desde el análisis de algunos ejemplos visuales y su contexto. Esta charla es realizada por el docente del programa de Publicidad Andrés Escobar Vásquez y el invitado Mauricio Montoya Vásquez.
- La Universidad Católica Luis Amigó fue anfitriona de “Adobe Educa Tour 2023” en donde se busca fomentar el conocimiento y la utilización de las aplicaciones creativas de Adobe en el entorno educativo y profesional.
- Durante el segundo semestre se realiza el Módulo Taller de Formación estratégica para líderes empresariales - Alcaldía San Pedro de los Milagros.
- MATCH Festival Publicitario, evento realizado por estudiantes y docentes del programa de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó en el primer semestre del año 2023
- Evento Ethereal, el cual fue realizado por estudiantes y docentes del Programa de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó en el segundo semestre del año 2023.
- El docente Jhon Esteban Morales Quintero del programa de Publicidad, en conjunto con el docente del programa de Comunicación Social Manuel Javier

Castrillón Medina crean y ejecutan el seminario en creación de podcast para estudiantes del pregrado de sociología de la Universidad de Antioquia y estudiantes de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó.

Proyección Social

- El docente del programa de Publicidad Pedro José Jaramillo Londoño participó en el XVII Concurso de Fotografía Ambiental realizado por la Corporación Autónoma de Caldas (Corpocaldas) y CHEC del grupo EPM; quedó ganador en la categoría Cambio Climático.
- Creación de obra inédita, tipo Podcast a cargo del docente Jhon Esteban Morales Quintero, titulada Paisajes Sonoros Binaurales de Medellín.
- Creación de obra tipo podcast en línea de reportaje o investigación, tipo Podcast a cargo del docente Jhon Esteban Morales Quintero, titulada Mujeres de la Tierra.
- Creación de obra tipo podcast Colectivo Voces Rurales titulado Recuperación de la memoria y los saberes ancestrales de los habitantes del Bajo Cauca Antioqueño y Oriente de Antioquia a cargo del docente Jhon Esteban Morales Quintero.
- Creación y ponencia de podcast educativo en la Universidad de Palermo en Argentina, titulado El vodcast como estrategia didáctica en el aula de clase a cargo del docente Jhon Esteban Morales Quintero.
- Participación en el Seminario creado para formar a estudiantes y profesores - investigadores del programa de Sociología de la Universidad de Antioquia a cargo del docente Jhon Esteban Morales Quintero.



PRÁCTICAS

En el programa de publicidad que ofrecemos, nos enorgullece ver cómo nuestros practicantes han destacado en las empresas y agencias de publicidad donde se han

desempeñado. Su compromiso, dinamismo, empatía, adaptabilidad y creatividad han demostrado ser un denominador común en la retroalimentación que recibimos de sus cooperadores.

Nuestros estudiantes en etapa de práctica se han destacado por su capacidad para trabajar en equipo y aportar ideas innovadoras en cada proyecto en el que se han involucrado. La frescura y la pasión que traen consigo han sido elementos clave para el éxito de las campañas y estrategias publicitarias que han desarrollado en empresas como Bancolombia, TCC, DDB, Gobernación de Antioquia y El Tiempo, quienes siguen prefiriendo a los futuros profesionales no solo del programa sino de la Universidad Católica Luis Amigó.

La dinamicidad que nuestros practicantes han demostrado es impresionante; se adaptan rápidamente a los cambios en el entorno empresarial y a las nuevas tendencias del mercado. Su habilidad para mantenerse actualizados en un mundo en constante evolución ha sido altamente valorada por sus colegas y cooperadores. Además, han sido fundamentales en la implementación de estrategias de marketing digital y redes sociales, aprovechando al máximo las plataformas tecnológicas para lograr un mayor alcance y engagement con el público objetivo, competencia que sin duda les da mayor relevancia en el mercado laboral.

La empatía es otra de las cualidades sobresalientes de nuestros practicantes. Comprenden las necesidades y deseos del público al que se dirigen y se esfuerzan por crear mensajes y campañas que conecten emocionalmente con la audiencia. Esta capacidad para ponerse en el lugar del consumidor ha generado resultados de aprendizaje notables en términos de fidelización y lealtad hacia las marcas como es el caso de la Coninsa Ramón H, que en su retroalimentación destaca este valor en nuestros estudiantes.

Por último, la creatividad es el pilar fundamental que define a nuestros practicantes de publicidad. Han demostrado un talento innato para generar conceptos únicos y originales, aportando soluciones innovadoras a los desafíos que se les presentan. Su habilidad para pensar fuera de lo convencional ha dejado una huella significativa en todas las campañas en las que han participado.

GESTIÓN DE PRÁCTICAS PROGRAMA DE PUBLICIDAD 1-2023	
Estudiantes matriculas en práctica	38
Estudiantes en modalidad empresarial	38
Estudiantes en modalidad social o comunitaria	0
Estudiantes en modalidad emprendimiento	0
Estudiantes en modalidad de práctica internacional	0
# Agencias de práctica activas	31
# Agencias de práctica en base de datos	78
# Estudiantes con contrato de aprendizaje	19
# Estudiantes con convenio institucional	12
# Estudiantes con convenio reconocimiento laboral	4
# Estudiantes prácticas de excelencia	3
# Estudiantes con práctica remunerada	38
# Estudiantes con práctica no remunerada	0
# Estudiantes vinculados despues de práctica	2

Graduados

Dentro de las actividades realizadas y aún en proceso para el próximo semestre 2024-1 está la continúa actualización de las bases de datos, con el fin de poder enviar y comunicar satisfactoriamente las ofertas que tiene la universidad desde la coordinación, extensión y la escuela de posgrados.

Adicionalmente seguimos con el compromiso desde el programa en ejecutar estrategias para la activa participación de los graduados en los diversos espacios que ofrece la universidad, tales como el programa Volviendo a la U, donde tuvimos una acogida gratificante y positiva y las charlas académicas. Toda esta información puede ser evidenciada a través de las carpetas otorgadas por la cordinación con el respectivo material fotográficos.

Adicional a esto en la difusión y puesta en marcha de nuestro taller denominado "Puesta a Punto" un taller que este semestre nos dejó varios aprendizajes y una excelente participación propició una oportunidad de participación, ya que en cada conversatorio se invitaba un graduado experto en el tema a tratar para que así dieran una visión real del mundo alboral publicitario.

Funciones sustantivas

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Grupo de investigación Urbanitas

Urbanitas tiene cuatro líneas que alimentan los programas de pregrado de la Facultad. Las líneas de Comunicación y Ciberculturas, por una parte, y Educación

y comunicación, por otra, alimentan a Comunicación Social. Ciberculturas nace para estudiar las manifestaciones de la cibercultura, producto de la transformación en el ecosistema de medios y surge gracias a la necesidad de comprender estas transformaciones que impactan, claramente, el ejercicio de la comunicación social. Esta línea está liderada por Carlos Suarez Quiceno y es acompañado por los profesores Carlos Trejos Gil, Wilmar Gómez Monsalve, Johana Barreneche Corrales.

Por otra parte, Educación y Comunicación se fundamenta en una visión crítica que reconoce a la comunicación como un proceso de mediación, transversalizado desde la cultura, que se sustenta en consensos / disensos, objetivos, acciones e instrumentos estratégicos para la transformación. Se busca diagnosticar y promover formas de comunicación asertivas y acertadas acordes con las diversas demandas sociales. La línea es liderada por Manuel Castrillón Medina y es acompañado por los docentes Claudia Herrera Caicedo, Lina Rendón López, Jhonny Agudelo Calle, Marcos Vega Seña, Patricia Ibarra Vásquez, Jaime Rojas Rodríguez, Pablo Huertas Obregoso, Claudia García Montoya, María Loaiza Pineda, Lina González Correa, Marlon Echavarría Rodríguez, Elizabeth Duque Aristizábal, Diana Zapata Vallejo y María Dávila Llinás.

Publicidad Social alimenta al programa de Publicidad y ofrece fundamento epistemológico a una disciplina que soporta en la doxa muchas de sus prácticas. Si diversos académicos afirman que no existe, propiamente, una episteme de la publicidad, es menester del grupo de investigación contribuir con su creación. La línea busca comprender la labor publicitaria, sus transformaciones y relación con el bien social. El profesor Jorge Rico Zapata es quien la lidera y es acompañado por Jimena Isaza Álvarez, Carlos Berrío Meneses, Jhon Morales Quintero y Pedro Jaramillo Londoño.

Finalmente, Diseño Social alimenta epistemológicamente al programa de Diseño Gráfico y busca proporcionar reflexiones sobre los lineamientos del diseño gráfico, pues es necesario ejercer un cambio de paradigmas en los pensamientos técnicos que circundan la profesión. Además, su propósito se funda en servir como una crítica, que tiene en el centro de su mira al usuario, las realidades que lo absorben y todo lo que lo alimenta. El docente Daniel Bustamante Baena lidera esta línea y está acompañado por Luisa Montalvo Arroyave, Verónica Morales García, Mauricio Mesa Jaramillo, Paula Vargas Londoño, Viviana Moreno Villegas, Andrés Naranjo Ortiz, Carolina Chavarriaga Gómez y Ana Castaño Gil.

- **Las investigaciones y su impacto**

Las investigaciones financiadas por la Vicerrectoría de Investigaciones y desarrolladas por los investigadores del grupo han producido diversos hallazgos y se destacan a continuación algunos de ellos. En primer lugar, diversos proyectos indagan por las preocupaciones más recientes en torno a los avances de las tecnologías de la información y la comunicación, asunto esencial para el programa de Comunicación social. Se presenta la síntesis de las investigaciones.

Investigación	Logros	Impacto
Diagnóstico de la incidencia del proceso formativo de estudiantes de niveles avanzados del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Medellín, en las percepciones sobre la violencia simbólica audiovisual	Concluyó que la formación de los estudiantes de comunicación tiene una incidencia incipiente en la identificación de las violencias. Es a través de las redes de apoyo que los universitarios discuten, reflexionan y evidencian narrativas audiovisuales estereotipadas y discriminatorias.	Esta investigación aportó en asuntos curriculares del programa de Comunicación Social, en la realización de trabajos de grado y en la definición de tres temas sombilla para otros trabajos de este tipo
Definición y estandarización del formato microlibro para la conservación de documentos patrimoniales y difusión de contenidos culturales	Permitió establecer la importancia de integrar experiencias analógico digitales en las mediaciones que realizan las bibliotecas públicas y las instituciones que promocionan la lectura y la escritura. Esto posibilita generar contenido derivado y original a partir de documentos de archivo. Así mismo, el proyecto comprobó que es posible crear productos Low Tech.	Su impacto directo fue en el microcurrículo del programa de Comunicación Social, pues, en el curso de Literatura Contemporánea, se produjeron relatos digitales interactivos. Permitió a la Universidad cooperar con el Salón de la Biblioteca Pública Piloto, dentro de La Fiesta del Libro y la Cultura de Medellín con el grupo de investigación Información, Comunicación y Sociedad.
Memorias de la Gráfica Popular y El sistema de creación gráfica de la pieza publicitaria desde los signos representativos de las artes plásticas de la primera mitad del siglo XX	Logró una introducción de la valoración de la publicidad popular como un arte no convencional y la exploración de la conexión entre las artes plásticas y el diseño gráfico.	Reveló como hallazgos significativos un impacto directo en la estructura y contenido del currículo del programa de Diseño Gráfico
Publicidad y comunicación. Construcción de la identidad cultural en la zona norte de Antioquia. Caso San Pedro de los Milagros	Permitió rastrear las dinámicas de turismo y consumo de dicha localidad; posibilitó la generación de consultorías a empresarios del municipio.	Desarrollo de propuestas de identidades visuales corporativas para impactar a los negocios.
La incidencia de la inteligencia artificial -IA- en la industria publicitaria en Colombia y los programas de formación profesional en esta disciplina	Ha producido, hasta el momento, un estado de la cuestión que se materializa en un artículo que está en proceso de escritura y se someterá a revista indexada antes de finalizar el año.	Está revelando cómo los departamentos creativos de las agencias de publicidad de Medellín en el ámbito de la dirección de arte, se están transformando gracias a la irrupción de herramientas tecnológicas.

En el mediano plazo, Urbanitas prevé mejorar su posición en las categorías de Minciencias y pasar a la categoría “A1”. Sin embargo, para ello, el grupo deberá mejorar ostensiblemente su capacidad para desarrollar productos TOP que incluyen desde artículos de investigación, capítulos de libro y libros con calidad “A1” o “A”, tal como lo determina el Ministerio. Así mismo, deberá aumentar el desarrollo de productos tecnológicos y productos resultados de la investigación creación. En este

último ítem hay una oportunidad destacada para la Facultad, más cuando esta pasará a enfocarse en las industrias creativas y culturales.

Sin embargo, para cumplir lo anterior el grupo de investigación tiene dos obstáculos importantes que sortear: el primero, por paradójico que suene, es el desconocimiento que tienen los investigadores de la Facultad en el proceso de investigación creación. Es decir, muchos profesores de la Facultad tienen una importante praxis en el ámbito de la creación, pero no saben cómo integrarla al proceso investigativo. Por tal razón, es imperativo capacitar a los investigadores en este tema, lo que deberá entrar en los PMMI del grupo y de la Facultad. El segundo obstáculo está en el limitado tiempo de dedicación que tienen algunos profesores investigadores que podrían dedicarse al desarrollo de productos TOP. En tal sentido, la Facultad y la Universidad deberán desarrollar mecanismos para que los investigadores tengan los recursos necesarios para llevar a buen término estos productos.

- **Por la Facultad**

Se realizó la Diplomatura en Generación de Productos Asociados a la Investigación. Allí se capacitaron un total de 30 profesores de la Facultad. Se capacitaron 36 docentes de la Facultad.

- **Por los Programas**

En cuanto a investigación formativa, en el **Programa de Diseño Gráfico** se concluyeron 11 trabajos de grado. También se aprobaron, por parte de la Vicerrectoría de Investigaciones, los proyectos, que están en curso:

- Memorias de la grafía popular y la rotulación manual en el centro norte de Medellín
- El sistema de creación gráfica de la pieza publicitaria desde los signos representativos de las artes plásticas de la primera mitad del siglo XX.

Sigue el fortalecimiento de los semilleros Posgráfica y FormaDiseño. Así mismo, se formaron tres grupos de interés: Grupos de interés Cultural Material, Docugrafía e Imagen Popular.

Participación en el 12 Simposio de Diseño Sostenible en la Institución Educativa Pascual Bravo: docente Verónica Morales García presenta ponencia resultado parcial de su investigación.

Los estudiantes del curso de Trabajo de Grado 2, a cargo del docente Mauricio Mesa Jaramillo presentaron ponencia resultado de su proyecto de trabajo de grado.

VII Seminario Internacional de Prácticas Artísticas en la Institución Debora Arango: La docente Verónica Morales presenta el resultado parcial del proyecto de gráfica popular.

Participación en el 18 Encuentro de Diseño de la Universidad de Palermo: participación de la docente Luisa Montalvo, quien presentó una ponencia sobre marcas memorables.

El docente Daniel Bustamante presentó la línea de Diseño Social.

Dos equipos del curso de Trabajo de Grado 2 presentaron sus ponencias resultado de su proyecto orientados por los docentes Daniel Bustamante y Mauricio Mesa.

Participación en el XXVI Encuentro Nacional de Investigación Universidad Católica Luis Amigó. Los docentes Verónica Morales y Daniel Bustamante se presentaron en la categoría de Obra+Creación con resultados de investigaciones pasadas y parciales respectivamente. El docente Andrés Naranjo Ortiz participó con la ponencia "El icono como elemento histórico de la imagen".

Po su parte, en el **Programa de Publicidad**, se publicó el capítulo de libro, producto de investigación, a cargo del profesor Jorge Andrés Rico Zapata, titulado *El humanismo en la construcción y consolidación de la nación, el territorio y la identidad colombiana*, por parte de la editorial de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Presentación de la ponencia *Lectura y resignificación del territorio mediante la imagen fotográfica*, en el evento XXVI Encuentro Nacional de Investigación a cargo del profesor Pedro Londoño, llevada a cabo en la Universidad Católica Luis Amigó. También, la ponencia *Representaciones del conflicto armado en Colombia y sus protagonistas a través del cine*, a cargo del profesor Carlos Mario Berrio Meneses. Igualmente, *El podcast/vodcast como estrategia para generación marca territorio* a cargo del profesor Jhon Esteban Morales Quintero. *El Conflicto Armado Interno, nación e identidad en Colombia*, fue presentada por Jorge Andrés Rico Zapata.

Participación como ponente en el marco de la conmemoración del Día Nacional de Memoria y Solidaridad con las Víctimas del Conflicto, actividad organizada por la Alcaldía de San Vicente Ferrer, a cargo de la estudiante de Maestría y Auxiliar de Investigación y Daniela Montoya García, con la ponencia "Memoria, un camino para recordar".

Participación con la *Construcción de memoria histórica en marcos de Conflicto Armado Interno a partir de la publicidad social: Caso San Vicente Ferrer*, realizada en el IV Congreso Internacional de Ética, Ciencia y Educación (Bogotá), a cargo de la estudiante de Maestría y Auxiliar de Investigación Daniela Montoya García. Allí también se presentó la ponencia *Información y propaganda en el marco de las guerras híbridas*, a cargo del profesor Jorge Andrés Rico Zapata y, por último, *Pragmática de la comunicación sexista*, a cargo del profesor John Fredy Cano.

La continuidad del *Proyecto Propaganda y guerra. La comunicación y la publicidad en el escenario geopolítico y social*, que se inició en 2022.

Participación en el II Encuentro de Investigación, Innovación, Creación Artística y Cultural – RUCC Nodo Antioquia

En cuanto a los trabajos de grados, se presentaron los siguientes:

Fanzine como un medio de comunicación alternativo par empoderamiento de causas sociales.

- ¿Cuáles son los recursos creativos que utiliza la publicidad verde de Argos para mostrarse como una marca sustentable?
- El uso de las fake news en la política actual: caso Gustavo Petro y Rodolfo Hernández
- Marca Éxito en la realización de campañas de Publicidad Social dentro de la ciudad de Medellín en el periodo comprendido entre el 2010 hasta el 2020.
- La psicología publicitaria para garantizar la preferencia del restaurante AUHRA en la ciudad de Medellín.

Otros productos fueron:

- Capítulo producto de investigación a cargo del profesor Carlos Mario Berrio Meneses, publicado en la Revista Economía creativa, número 18, cuyo artículo se tituló Revisión de literatura sobre la marca y la sostenibilidad.
- Capítulo producto de investigación a cargo del profesor Carlos Mario Berrio Meneses, publicado en Actas de Diseño, número 188. Se tituló La sostenibilidad y el discurso de la publicidad colombiana.
- Participación de la Ponencia titulada La sostenibilidad y el discurso de la publicidad en Colombia a cargo del profesor Carlos Mario Berrio Meneses Presentada, llevada a cabo Virtual en la Universidad de Palermo, Argentina.
- Participación de la Ponencia titulada La cultura de la pulsión en las representaciones del conflicto armado en el cine colombiano a cargo del docente Carlos Mario Berrio Meneses, presentada en la Universidad Católica de Oriente en Rionegro, Antioquia.
- Participación de la Ponencia titulada Una lucha sin héroes. Representaciones del conflicto armado en el cine colombiano a cargo del docente Carlos Mario Berrio Meneses, presentada en el Congreso Internacional de Investigación de la Universidad Católica Luis Amigó.
- Publicación del Libro Relaciones civiles-militares y su entendimiento para el conflicto armado interno colombiano. Conceptos y revisiones entre 1998 al 2023

a cargo del docente Jorge Andrés Rico Zapata, publicado por la Editorial Ibáñez, Bogotá.

- Participación con la ponencia Construcción de memoria histórica en marcos de Conflicto Armado Interno a partir de la publicidad social: Caso San Vicente Ferrer, a cargo de la estudiante de maestría y auxiliar de investigación Daniela Montoya García, realizado en México.
- Los estudiantes pertenecientes al Semillero de Investigación Publicitaria Émico del programa de Publicidad, realizan la coordinación de la logística del evento de la Asamblea General del Bureau de Medellín, la cual tuvo lugar en el Teatro Mayor San José de la Universidad Católica Luis Amigó.
- El grupo de interés nADtivos del programa de Publicidad trae como invitado al publicista y director creativo Juan Guzmán de la Miami Ad School.

Bienestar Institucional

Desde la decanatura de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño se convocó a un grupo de docentes con funciones sustantivas en Internacionalización, Extensión, para mantener informada a la comunidad académica sobre estas funciones, generar estrategias para la recolección de evidencias y divulgar información importante al respecto. En aras de ese logro, se llevó a cabo un seguimiento constante de las actividades desarrolladas y se diseñó un instrumento específico para recopilar evidencias relacionadas con cada una de estas funciones.

Por lo anterior, se recopilaron estadísticas de la Facultad, y a partir de las cifras institucionales publicadas por la Dirección de Planeación, se elaboró un documento que detalla la participación de la Facultad en las actividades de Bienestar Institucional. Este documento sirvió como insumo para el PMMI de cada uno de los programas de la Facultad.

En ese sentido, se realizó una reunión con el área de Arte y Cultura para discutir el progreso de las horas asignadas para Bienestar Institucional. Durante la reunión, se exploró la posibilidad de participar en la Semana de la Salud y se abordó el proyecto 'Escuela para la Vida'. Así, se creó el contacto con psicólogas de Bienestar Institucional, para la participación en la Semana de la Salud.

De otro lado, junto con la Coordinadora del componente de Expresión, Verónica Morales, se diseñó, planificó y llevó a cabo el Taller 'Emociones plasmadas', en el marco de la Semana de la Salud. Durante la actividad, se utilizó el autorretrato como punto de partida para explorar temas relacionados con la identidad y las emociones.

De igual forma, se gestionó la publicación de la programación de la Semana de la Salud en el Instagram de la Facultad; se generó una Ecard del taller Emociones plasmadas; se enviaron correos a los estudiantes invitándolos a la actividad y se

solicitó a los docentes del Programa de Diseño Gráfico motivar a los estudiantes a participar en las actividades de Bienestar Institucional. El taller fue bien recibido, con la participación de aproximadamente 30 personas.

También, a partir de la información recolectada en el micrositio de Bienestar Institucional y con el apoyo de uno de los monitores del programa de Diseño Gráfico, se crearon varios carruseles de Instagram con toda la oferta del área de Arte y Cultura y de Recreación de Deportes para ser publicados en las redes sociales de la Facultad y de los programas de la misma. Debido a restricciones de tiempo, los carruseles no se publicaron; sin embargo, están listos para ser compartidos en el próximo semestre.

Como complemento, se redactó el proyecto Escuela para la Vida, que fue compartido con la Dirección de Bienestar Institucional. De todas estas actividades existen evidencias que se pueden mediante los enlaces de Drive.

Comunicaciones internas

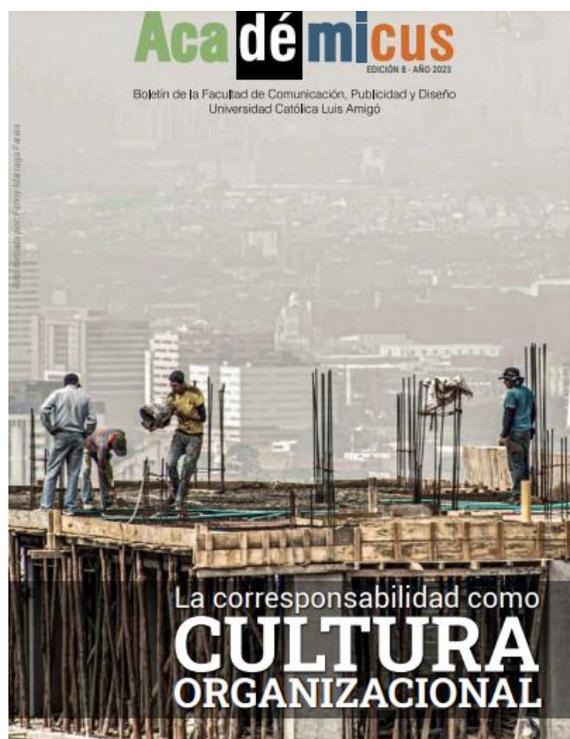
Académicus

En la política de seguir con el fortalecimiento de las comunicaciones internas y con el objetivo de incentivar y reconocer el trabajo de la comunidad académica en sus diferentes programas y actividades, en el segundo semestre de 2023 se editaron los números 7 y 8 del Boletín Informativo Interno Académicus.

El Boletín Número 7, que se publicó en julio de 2023, con el título de **Nuestra Facultad inclusiva y convergente**, tuvo como eje central la preocupación de la Facultad por ser inclusiva y convergente, para trabajar por la igualdad con un enfoque de género. En esa edición se invitó a la comunidad académica a mantener un lenguaje de respeto frente a la diferencia, a la diversidad y a la pluralidad de pensamiento; a establecer lazos de solidaridad a partir de un lenguaje inclusivo; de aceptación y comprensión de aquello que nos hace diferentes y pluralistas. En esa dirección, el reto es construir un espacio donde primen las buenas prácticas comunicativas. Con ese número se apostó a una diagramación acorde con la esencia de la profesión y de las áreas de la comunicación. Se destacaron actividades, docentes, propuestas, proyectos y realizaciones, entre otras informaciones: Pueden leer en el siguiente enlace https://www.funlam.edu.co/uploads/facultadcomunicacion/619_Academicus_Edicion_N8.pdf



El Boletín Número 8, cuya temática fue **La corresponsabilidad como Cultura Organizacional**, publicado en en noviembre de 2023, se centró en los procesos de mejoramiento de la cultura organizacional vinculados a la funciones sustantivas y transversales propuestas en la Educación Superior y direccionadas desde los planteamientos institucionales. A esas funciones se le sumó una serie de estrategias que buscaba la calidad y la eficiencia de nuestros servicios educativos, así como el fortalecimiento de una comunidad académica, en la cual aparece la corresponsabilidad organizacional como otro eje que potencia la investigación, la innovación, la extensión y la docencia. Al igual que en todos los números, se le informa a la comunidad sobre las actividades, logros y retos de las funciones sustantivas; proyectos de investigación, intervención de territorios, convenios, pasantías, en fin todo aquello que fortalece a la Facultad con sus internos y externos. Pueden consultarlo en el siguiente enlace: https://www.funlam.edu.co/uploads/facultadcomunicacion/619_Academicus_Edicion_N8.pdf



Posgrados

Maestría en Comunicación

Docencia

- **Asuntos estudiantiles (aspirantes)**

Según el Departamento de Admisiones y Registro Académico, desde el primer periodo de oferta del programa (2020 II) hasta el segundo periodo de 2023, el programa ha tenido 15 aspirantes, con un promedio de 2 a 3 inscripciones por semestre. Lo anterior ha impedido la consolidación del grupo de mínimo 13 personas, definido en el Documento Maestro (Universidad Católica Luis Amigó, 2018) para la apertura de la primera cohorte.

- **Asuntos docentes**

Los docentes del programa son asignados desde el Programa de Comunicación Social. No hay novedades para el semestre que se reporta en este informe.

• Procesos curriculares

Con base en el primer proceso de autoevaluación de 2022 y, en consonancia con las nuevas demandas del mercado y las condiciones de oferta de otras instituciones de educación superior, el programa de Maestría en Comunicación inició en febrero de 2023 la exploración de opciones y requerimientos para la solicitud formal a la Dirección de Planeación del proceso de reforma curricular de fondo. Esta solicitud se planteó considerando la posibilidad de continuar con el Registro Calificado actual (SNIES 109159, del 28 de diciembre de 2019 con vigencia de 7 años -hasta 2026-), planteando la necesidad de mejoramiento continuo con el desarrollo de los siguientes objetivos:

- Fortalecer la articulación de la propuesta curricular con los demás programas de la Facultad a nivel pregrado (Comunicación Social, Publicidad y Diseño Gráfico) y posgrado (Especialización en Relaciones Públicas, Maestría en Publicidad, Doctorado en Comunicación).
- Disminuir el número de niveles de formación, de 4 semestres a 3, conservando la relación de creditaje.
- Disminuir el valor de la matrícula, en consideración con las diferencias que estime la Universidad entre la formación en presencialidad tradicional y la formación en mediaciones virtuales.
- Disminuir el mínimo de estudiantes para conformación de cohorte (de 13 a 7).
- Garantizar la participación de estudiantes de diversas regiones del país y de América Latina, con base en las ventajas de virtualidad y presencialidad concentrada de la modalidad Hiflex (híbrida – flexible), a través de un registro calificado único.
- Continuar con la oferta formativa de cursos comunes de investigación y formación sociohumanística.
- Continuar con el desarrollo de cursos compartidos con la Maestría en Publicidad.
- Retomar las conversaciones institucionales con el propósito de fomentar el reconocimiento interno de cursos entre las Maestrías en Comunicación y Publicidad.

Tras el análisis de las necesidades mencionadas, con base en los resultados del PMMI, y en revisión del benchmarking competitivo, en noviembre de 2023 se tomó la decisión de realizar un proceso de desistimiento.

Ante esta decisión, desde la Facultad se proyectó para 2024 trabajar en el diseño de un nuevo programa de maestría, con la intención de adecuarlo a las intenciones

planteadas en las indagaciones de 2022 y 2023. El programa se proyecta con un enfoque en procesos creativos y cambio social.

Innovación

Se efectuó el PMMI con un cumplimiento del 92,3%. Los resultados del plan justifican la decisión de desistimiento anteriormente mencionada.

- **Actualización del PEP**

El borrador del proyecto se envió a revisión, con un avance aproximado del 90%; sin embargo, no se recibió retroalimentación por la novedad de avance en proceso de desistimiento del programa.

Investigación

Se presentaron las siguientes novedades, que aportan en la identificación de necesidades de formación posgradual en Comunicación:

Publicaciones:

Castrillón Medina M. J. y Agudelo Calle A. (2023). El reconocimiento de la violencia simbólica y la pertinencia de su abordaje en la formación en Comunicación Social. *Mediaciones Sociales*, 22, e89807. <https://doi.org/10.5209/meso.89807>

Nuevos proyectos de investigación aprobados:

	Proyecto	Profesores
1	Definición y estandarización del formato microlibro para la conservación de documentos patrimoniales y difusión de contenidos culturales	Carlos Suárez Quiceno
2	Imaginarios sobre la cultura italiana en Medellín y sus relaciones en la cotidianidad	Claudia Teresa Herrera Caicedo Manuel Javier Castrillón Medina María Elena Cadavid Ramírez
3	Macroproyecto Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño: perspectivas desde la educación y la cultura para el cambio social	Elina Londoño Alurralde

		Jaime Alberto Rojas Rodríguez
4	Protocolo de Integración de aplicaciones de inteligencia artificial generativa a los procesos de enseñanza-aprendizaje de los cursos de Redacción y Ortografía y Producción de Texto Escrito del Programa de Comunicación Social	Alexander Hernández Marín
5	Relatos de memoria sonora y visual del obrero de Fabricato y su incidencia en la población de los territorios Bellanitas	Wilmar Daniel Gómez Monsalve Marlon Echavarría Rodríguez

Adicionalmente, se adelanta la aprobación de un proceso de investigación externo, denominado The Balance Co-Lab, con las universidades de Antioquia y Victoria (Canadá). Este proceso se está adelantando con el apoyo del docente Alejandro Agudelo Calle.

Extensión

Se realizó la certificación de la primera cohorte de la Diplomatura en Comunicación Digital. Caja de herramientas para emprendedores y creativos. De este proceso se adelantó una propuesta de resolución rectoral para el reconocimiento de la diplomatura por 4 créditos académicos de la Maestría. No se dio continuidad al proceso, considerando la decisión de desistimiento del programa.

Se adelantaron conversaciones con la Universidad Anáhuac de México para ofertar una diplomatura virtual en Investigación y Diseño de Experiencia de Usuario. Esta oferta se hará de manera conjunta con el programa de Comunicación Social para el semestre 2024 – 2.

El 2 de noviembre de 2023, los posgrados en Comunicación, Publicidad y Diseño realizaron el evento de Pre – Congreso de Comunicación, Publicidad y Diseño. Reflexiones para el cambio social, con los invitados Marcela Gutiérrez Ardila, Diseñadora de Experiencias de la Universidad de los Niños EAFIT, y Jorge Mario Puerta Soto, Coordinador de Corpocentro.

Internacionalización

En calidad de docente de Comunicación y Coordinador de la Maestría, el docente Manuel Javier Castrillón Medina participó en los siguientes eventos:

Proceso

1	Estancia Académica en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (México). Noviembre 15 al 29 de 2023
2	Relacionamiento estratégico con la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (México). Noviembre 17 de 2023
3	Participación en las comisiones de la Red Alfamed. Todo el semestre

Maestría en Publicidad

Durante el periodo 2023–2 se hizo seguimiento al PMMI con un cumplimiento al 53%. El resultado llevó a la promoción de la segunda cohorte de la Maestría y tener apertura de esta, en el segundo semestre de 2024; y al seguimiento del desempeño de los docentes, tarea realizada y verificada finalizado el calendario académico del programa, con un resultado satisfactorio.

Tras la reunión con el área de Aseguramiento de la Calidad, en la revisión de los aspectos a trazar y evaluar en el plan 2023, se definió solicitar el proceso de Autoevaluación del programa, para el segundo semestre de 2024, con miras a la reestructuración de documento con modificación de registro calificado en 2025.

- **PEP (Proyecto educativo del programa)**

El Proyecto Educativo del Programa - PEP - fue escrito por el docente Carlos Mario Berrío Meneses, y revisado y corregido por el coordinador del programa. El mismo fue sometido a revisión por la docente Adriana María Gallego Henao, del Departamento de Innovación Educativa y corregido según la retroalimentación recibida. El documento fue enviado nuevamente al área encargada, en su última versión, el 24 de noviembre de 2023. Se presentó ante el Comité Curricular y fue aprobado y listo para proceder a su radicación.

- **Propuesta de promoción y difusión:**

Por parte de la Coordinación de la Maestría en Publicidad, se solicitó una reunión con el Departamento de Mercadeo para revisar dónde, cuándo y cómo se está haciendo la promoción del Programa; y proponer una nueva segmentación de medios, anuncios y audiencias, con el fin de llegar a nuevos mercados y audiencias interesadas a través de los canales digitales de divulgación, promoción y búsqueda más efectivos.

- **Estudiantes:**

La primera cohorte de la Maestría inicia el último nivel, el cual se llevará a cabo con los 6 estudiantes matriculados desde el nivel 1 del proceso académico. El inicio de

las clases será el 5 de febrero, con el curso de Trabajo de grado II. La inducción se realizará el jueves 8 de febrero a las 5:00 pm.

Al 30 de enero todos los estudiantes están activos y 5 de ellos con pago realizado; el estudiante Andrés Serrano, por problemas en el desembolso de crédito con el Icetex, tiene un acuerdo de pago con el departamento de tesorería hasta el 15 de febrero. Si en esta fecha no se ha realizado el pago, el estudiante no podrá seguir asistiendo a clases y deberá esperar hasta una próxima cohorte, para la finalización de su proceso académico.

- **Apertura de nueva cohorte:**

A pesar de tener dos docentes internos interesados; una estudiante ya seleccionada, y a la espera de apertura de cohorte; y de haber realizado el envío de correo a las bases de datos relacionadas con la Maestría en Comunicación y Maestría en Publicidad con el asunto: **“Estamos en Inscripciones”**; no fue posible la apertura de la segunda cohorte para el primer semestre de 2024. La cual, se espera abrir para el segundo semestre.

- **Áreas de Mejora Identificadas:**

- Identificar qué medios son más efectivos para la generación de LEADS
- Aumentar el alcance y la segmentación de las audiencias
- Promover la maestría a través del programa de graduados, para la continuidad de sus procesos académicos en la Institución
- Vincular a los estudiantes de últimos semestres del pregrado de Publicidad, a través de los cursos coterminales del pregrado y el posgrado.

Especialización en Relaciones Públicas

Docencia

- **Asuntos estudiantiles**

Durante el periodo 2-2023 se tuvo la siguiente estadística de estudiantes en el programa:

Estudiantes nuevos	9
Estudiantes antiguos	13

Estudiantes totales	22
Graduados	11

- **Asuntos docentes**

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	6
Tiempo completo semestre académico	1
Medio tiempo semestre académico	0
Cátedra	6
Total docentes	13

Actualización del PEP

Frente a la actualización del PEP en el mes de diciembre de 2023, se completó el documento. El mismo fue revisado y avalado por la Oficina de Innovación Educativa. Frente al documento quedó pendiente la socialización en el Comité de Posgrados de Comunicación, Publicidad y Diseño para su posterior radicación.

- **Internacionalización**

Durante el semestre se realizaron dos actividades que apuntaron al proceso de internacionalización en el programa. La primera fue el Conversatorio Relaciones públicas: claves para el éxito de las organizaciones, evento con asistencia de 50 personas, que fue el resultado del ejercicio final del curso electivo Relaciones Públicas y organización de eventos.

Por otro lado, el evento Retos y perspectivas de la geopolítica contemporánea fue organizado por el profesor Jorge Rico Zapata, dirigido a los estudiantes de la cohorte 9. Con invitados de Argentina, y otras regiones de Colombia como Bogotá, Armenia y Palmira.

También la coordinación participó como invitado a dos actividades: Conversatorio: Talento Humano y Reputación en la Era de la Inteligencia Artificial organizado por la Especialización de Talento Humano de la Universidad Católica Luis Amigó y en la charla: Tendencias en la comunicación para eventos deportivos: la búsqueda de la simplicidad, organizado por la Asociación Colombiana de Redactores Deportivos, ACORD Antioquia.

Doctorado en Comunicación

Docencia

- **Asuntos estudiantiles**

De acuerdo con lo consignado en actas de Comité Doctoral, entre 2020 y 2023 el Doctorado en Comunicación ha contado con aspirantes en las cohortes que se han ofertado desde el momento en que dio apertura; no obstante, el número de aspirantes no ha alcanzado los mínimos requeridos para abrir cohorte, esto es, siete aspirantes de 10 que contempla como máximo el Documento maestro del programa. Para 2023 el programa contó en la primera cohorte del año con cinco estudiantes, inscritos y admitidos tras presentar sus proyectos de tesis y la entrevista correspondiente; sin embargo, por decisión rectoral el programa no abrió, y dos de los estudiantes fueron al Doctorado en Educación, los demás desistieron. Para 2023-2 el programa contaba con dos inscritos sin pago, pero no continuaron con el proceso tras informarles que no se había completado el mínimo para abrir cohorte.

- **Asuntos docentes**

Los docentes del programa son asignados desde el programa de Comunicación Social. Cabe anotar que el programa de Comunicación Social no cuenta con la cantidad suficiente de doctores para atender las necesidades del programa, esto es crucial pues, de concretarse el número máximo de 10 aspirantes, el doctorado no tendría cómo asumir con recurso humano propio aspectos tan delicados como la tutoría de tesis doctorales, ya que no se cuenta con esta cantidad de docentes con formación avanzada. A la fecha se cuenta con dos doctores en formación, en el Doctorado en Educación; y siete doctores con título, incluido el actual decano y la docente con funciones de dirección del programa.

- **Procesos curriculares**

A partir de los análisis planteados desde la autoevaluación, el PMMI, un análisis de causas y benchmarking sobre la competencia en formación doctoral en la ciudad y el país, en marzo de 2023 se concluyó la pertinencia de una Reforma Curricular de Fondo para el programa, que permitiera subsanar algunas situaciones que dejan al Doctorado en Comunicación en un bajo nivel de competitividad frente a programas similares; de este modo, y con acompañamiento de la Vicerrectoría de Docencia, se planteó la modificación de la denominación del programa para proponer una oferta más interdisciplinar, esto para dar cabida a propuestas de investigación que provienen de disciplinas diferentes a la comunicación; de igual manera, se planteó la modificación del plan de estudios, para hacer mayor énfasis en la investigación; la duración del programa a 3 años, así como la modalidad, bien fuera virtual o híbrida, a partir de un registro único.

Pese a este análisis, el concepto técnico del SIAC indicó que la reforma no es procedente toda vez que el programa no ha tenido cohorte, asimismo, el concepto de calidad indicó que sin cohorte será difícil que el programa pueda renovar su registro calificado. De acuerdo con este panorama, en noviembre de 2023 se llevó a cabo Comité Curricular Extraordinario, en el que se determinó aunar esfuerzos desde todas las funciones sustantivas para que el programa abra cohorte, se pueda hacer la modificación de fondo y, en el momento respectivo, renovar el registro calificado.

- **Actualización del PEP**

Pese a que en noviembre se entregó a Innovación Educativa parte del documento correspondiente al PEP; la entrega del documento finalizado no pudo hacerse hasta enero de 2024.

- **Extensión**

En noviembre de 2023 el Doctorado en Comunicación presentó con los otros tres posgrados de la Facultad el evento denominado Pre congreso de la Facultad de Comunicación Publicidad y Diseño: reflexiones para el cambio social.

Se llevó a cabo reunión con la directora de Extensión para adelantar un trabajo conjunto que promueva la creación de micro certificaciones, de acuerdo con las competencias que podrían abordarse desde el programa.

- **Investigación**

Se presentó a la convocatoria interna de investigación el proyecto denominado “Macroproyecto de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño”

- **Internacionalización**

Durante 2023 se adelantaron conversaciones con Roxana Fantín, del centro de investigación argentino Comunia, el propósito es trabajar con la entidad en la creación de un programa de posgrado, de igual manera, contar con la participación de Roxana Fantín en un evento académico organizado por los posgrados de la facultad.

Por otro lado, se adelantaron conversaciones con Cristóbal Fernández, Vicedecano de estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, con el fin de programar un curso del doctorado, con la posibilidad de ofertarlo a público externo al programa.

Finalmente, se recibió carta de invitación por parte de Ana Almansa, Directora del Doctorado en Comunicación de la Universidad de Málaga, para participar en la convocatoria de becas de movilidad de la AUIP (Asociación Universitaria

Iberoamericana de Posgrados), pero no fue posible avanzar en el proceso ya que la Universidad Luis Amigó no es miembro de la asociación.

Regional Manizales

Oferta Académica en Manizales

La Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, presenta en el Centro Regional Manizales, la siguiente oferta de programas de pregrado:

NIVEL	SNIES	MODALIDAD	PROGRAMA
Pregrado	104672	Presencial	Comunicación Social
	111459	Presencial	Diseño Gráfico

<https://www.lapatria.com/publirreportaje/llegan-diseno-grafico-y-la-sala-de-medios-para-comunicacion-la-u-catolica-luis>

<https://www.lapatria.com/publirreportaje/el-comunicador-social-amigoniano-se-forma-como-un-profesional-integral-con-vision>

La Universidad Católica Luis Amigó, puntualmente en el Centro Regional Manizales, trabajo durante todo el 2023 en el mejoramiento de la planta física y adecuación de espacios propios para las actividades académicas, culturales y deportivas.

El informe presenta los resultados y avances obtenidos en el segundo semestre del año 2023 de los programas de Comunicación Social y Diseño Gráfico. Como programas académicos adscritos a la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, nuestro principal compromiso es brindar un servicio integral de educación superior en Manizales-Caldas. Los programas representan la presencia física de la universidad en diferentes regiones del país, con plena responsabilidad en el desarrollo de la calidad y la identidad institucional.

Además de cumplir con la prestación de programas de educación superior, los programas contribuyen a la articulación y consolidación de la Universidad Católica Luis Amigó en su conjunto. Aunque los centros regionales estamos ubicados en diferentes zonas geográficas, formamos parte de una sola institución administrativa y académica, guiada por los principios de excelencia académica, pertinencia, interdisciplinariedad, cooperación y corresponsabilidad. Trabajamos en estrecha colaboración con la sede central y otras seccionales, buscando mantener la coherencia y calidad en todas nuestras acciones.

Es fundamental destacar la importancia de que los programas estén preparados para afrontar los nuevos retos, especialmente aquellos que se articulan con el nuevo Plan de Desarrollo Estratégico 2023-2034. Esto implica una adaptación constante a las demandas cambiantes del entorno y la capacidad de alinearnos con los objetivos y la visión institucional. La coordinación debe estar preparada para liderar la implementación de estrategias que impulsen el crecimiento y desarrollo de los programas, aprovechando al máximo sus recursos y promoviendo una gestión eficiente y efectiva.

Programa de Comunicación Social Manizales

El Programa Comunicación Social presenta estudiantes activos a partir del cuarto año de vigencia del registro calificado, adicionalmente, realizado el proceso de autoevaluación del Programa de Comunicación Social Manizales, se recomendó la continuidad y se consideran las siguientes observaciones:

Fortalecimiento del Plan de Mercadeo y Comunicaciones, con estrategias de marketing digital que permitan aumentar el conocimiento regional y nacional del programa, de forma paralela participar en la campaña Manizales Campus Universitario. Se logró atraer población joven (fuera de Manizales) interesada en el Programa.

Visibilizar y promover actividades académicas en las que se analicen las diferentes tendencias nacionales e internacionales de investigación científica y generar espacios de socialización frentes a temas de investigación, Innovación y Creación Artística y Cultural.

Al contar con una competencia de programas acreditados en alta calidad, con estudios de radio, prensa y televisión, además de infraestructuras modernas, beneficios y estímulos para los estudiantes, se realizó un esfuerzo institucional para responder a las necesidades del mercado, para ser aún más competitivos y cumplir con el plan de estudios y la calidad y rigurosidad académica ofrecida a nuestros estudiantes.

- Sala de Medios S104:

Después de considerar diferentes escenarios y realizarse la visita a 25 casas de la ciudad para opción de compra, considerar la remodelación del área donde actualmente se encuentra ubicado el auditorio de la universidad y realizar una propuesta al colegio San Rafael que se encuentra ubicado al costado de nuestra sede, se logró una negociación por concepto de arrendamiento de una infraestructura de dos pisos con un área de 24,75 de largo x 11.76 de fondo = 291,06 metros durante un tiempo.

La Universidad hizo algunos alistamientos, entre ellos la firma de un contrato de arrendamiento por 10 años, de un inmueble que pertenece a una Institución educativa que queda contigua a nuestras instalaciones, en este espacio se buscaba adecuar los Colaboratorios Audiovisuales; también se realizó un contrato de

asesoría externa para la adquisición de los equipos y se contrató una empresa para el diseño y estudios de los mismos; adicionalmente, se contó con la asesoría para el trámite ante la Curaduría Segunda en la ciudad de Manizales.

De igual manera, se adquirieron equipos para radio, fotografía, iluminación y otros; además, se planearon y ejecutaron actividades extra curriculares, que incluyeron el traslado de algunos estudiantes de varios semestres de la sede Manizales a la sede Medellín durante una semana, sin ningún costo para los estudiantes, lo anterior, para reforzar las prácticas de una manera significativa en los Colaboratorios Audiovisuales del programa de Comunicación Social de nuestra Universidad en esta ciudad.

Esta última actividad, generó un impacto positivo en los estudiantes, quienes, a través de la encuesta de servicio a esta inmersión académica, indicaron su alto grado de satisfacción. Durante el año 2022, se hicieron los trámites ante la Curaduría Segunda de Manizales, la cual expidió la resolución 22-2-0348 del 19 de octubre de 2022 y notificada el 1 de noviembre de 2022.

Posteriormente se hizo una convocatoria para recibir propuestas de estudios y diseños, en la cual participaron 5 entidades, y fue seleccionada la empresa “José Ignacio Londoño G S.A.S”, además se realizó otra convocatoria para el proceso de interventoría.

Una vez recibidos los conceptos jurídicos del caso y frente a la posibilidad de realizar tal inversión en un inmueble ajeno (arrendado) y las condiciones que el estatuto tributario trae para las entidades sin ánimo de lucro para mantenerse en el régimen especial, se recomendó por parte de la Revisora Fiscal de la institución y el Consejo Superior otra alternativa dentro del mismo campus universitario de Manizales con un inmueble propio.

Es valioso mencionar que el 10 de mayo de 2022 se adquirió en el 2023-01 la Universidad adquirió un inmueble en la calle 66, en el sector de Palermo, el cual se utilizará para nuevos espacios de los programas de Comunicación Social, Diseño Gráfico y los posgrados en Manizales. Este inmueble iniciará el proceso ante la curaduría para la obtención de las licencias que correspondan.

Teniendo en cuenta lo anterior, se asignado al Programa de Comunicación Social un espacio en la sala S104 denominado “Sala de Medios S104” con el propósito de mejorar las instalaciones de forma paralela al avance y proyecto del nuevo inmueble y así continuar avanzando con los ejercicios prácticos de televisión, iluminación, fotografía y radio que realizan docente y estudiantes.

Durante el 2023-02 se logró la adecuación del espacio de la Sala de Medios contando con la infraestructura física y tecnológica para el desarrollo de los ejercicios prácticos con los estudiantes en cada uno de los cursos, de igual forma, en el marco de la Semana de Comunicación, Publicidad y Diseño llevada a cabo la última semana de octubre, se realizó la Maratón Audiovisual, que es un laboratorio de creación de productos audiovisuales y campañas sociales, en un tiempo récord

de 48 horas, donde todos los estudiantes y docentes hicieron uso de los nuevos equipos en la Sala de Medios.

Ejercicios de televisión



Ejercicios de radio iluminación



Ejercicios de fotografía e iluminación



Equipos Sala de Medios: Para el segundo semestre del año 2023 se desarrollaron las siguientes actividades:

- Atención en espacios de la Sala de Medios y solicitudes de apoyo para registros audiovisuales, realización de contenidos y apoyo en eventos académicos, asignación y distribución de horarios, préstamos de equipos y espacios para estudiantes, docentes y administrativos.
- Gestión y trámite de los seguros para los nuevos equipos de televisión, fotografía, iluminación y radio.
- Asignación de tareas al equipo de trabajo para atender requerimientos y servicios de las dependencias de la universidad tales como apoyo a la Oficina de Comunicaciones y Mercadeo del Centro Regional Manizales.
- Asesorías y apoyo a los estudiantes que realizan su práctica profesional I y II.

- Asesorías a docentes de otros programas en requerimientos audiovisuales y proyectos de investigación.
- Recepción de nuevos recursos tecnológicos entre cámaras de video, fotografía, trípodes, luces, switcher, micrófonos, grabadoras zoom, monitores, computadores, elementos técnicos entre otros.
- Formación de los docentes y la coordinadora del programa como operadores de aeronaves no tripuladas (dron).

Se realizó el cubrimiento periodístico, en medio impreso y digital durante el 2023-02, con referencia a la inauguración de la Sala de Medios y la graduación de la primera cohorte del programa de Comunicación Social, de igual forma se realizó difusión a través de las redes sociales institucionales con imagen fija y videos. (ver anexos)

En el 2023-02 se graduó la primera cohorte del programa de Comunicación Social Manizales.



Aspectos finales a destacar

- Invitación a BRUNO BERTOLOSSI DE CARVALHO. BRASIL / Estudiante de Doctorado en Filosofía / Asesor externo, UPB- MEDELLÍN
- Invitación al profesor e investigador Benilson Borinelli, UEL – UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA
- Invitación a DIEGO AUGUSTO ARANGO. Profesor UDM, estudiante de Doctorado en Comunicación UDEM- MEDELLÍN
- Visita académica Diario La Patria
- Visita académica RCN Radio
- Visita académica a diferentes medios de comunicación y universidades en Cali

- Talleres en los colegios Nuevo Gimnasio, La Salle y el Instituto Bosques del Norte.
- Ejecución de la Investigación Polarización y democracia: producción y distribución de Fake News.
- Semillero Labcom (del Programa de Comunicación Social – Manizales), espacio académico en el cual se ha avanzado en la investigación: Entre visiones de mundo y guerra cultural: el origen de la polarización.
- Trabajo de grado de las dos auxiliares de investigación Isabella Rodríguez y Alisson Hincapié, titulado: El rastro del silencio en Twitter: cancelación de la escritora Carolina Sanín Paz.
- Con las estudiantes del Semillero este año 2023 participamos de tres eventos de investigación:
 1. VI ENCUENTRO REGIONAL DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN CENTRO REGIONAL MANIZALES, realizado en la Universidad Católica Luis Amigó, sede Manizales, el 4 de mayo de 2023.
 2. XV ENCUENTRO DEPARTAMENTAL DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN– (RREDSI) NODO CALDAS, realizado en la Escuela de carabineros de Manizales el día 19 de mayo de 2023
 3. XIII ENCUENTRO REGIONAL DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN (RREDSI) realizado en la Universidad del Valle en Cali durante los días 19 y 20 de octubre de 2023.

Desde la Coordinación del Programa de Comunicación Social se apoya como Community Manager de la red social institucional de Instagram @ucatolicaluisamigo.manizales se replica y crea contenido, además de dar respuesta oportuna a los usuarios, labor que se realiza diariamente, reportamos un alcance de 4.874 seguidores orgánicos, con interacción constante.

Matrícula: Además de formar jefes de redacción, editores, reporteros, realizadores de mensajes audiovisuales, directores, productores, directores ejecutivos y coordinadores, este programa desarrolla profesionales integrales, a través de la “Comunicación-Educación”, para que sean agentes de cambio en el proceso de transformación de la sociedad. El valor del semestre para el 2024-I es de \$5.200.000. es la matrícula más costosa del Centro Regional Manizales y le sigue el programa de Diseño Gráfico con \$4.500.000.

Frente al programa de Diseño Gráfico en Manizales, en 2023 -01 se obtuvo por parte del Ministerio de Educación el registro calificado. Teniendo en cuenta lo anterior en el 2023-02 se realizó la fase de alistamiento con referencia a la infraestructura física y tecnológica que requiere el nuevo programa de Diseño Gráfico con el cual se proyecta iniciar su primera cohorte en 2024-01. Es valioso mencionar que se requiere, aula taller, sala Mac con la suite de Adobe, entre otros.

Adicionalmente se está realizando la campaña de expectativa para visibilizar y dar a conocer el programa.

Programa de Diseño Gráfico Manizales

Después de analizar diferentes propuestas, se tiene el plano del Aula Taller proyectado en el espacio del aula S-204; se espera los resultados del análisis de ocupación de espacios de la sede, solicitado por la Dirección de Planeación, para gestionar el aval de la rectoría; se estudiaron los requerimientos tecnológicos y se hicieron los ajustes respectivos en la sala de sistemas y softwares del centro regional, garantizando la rigurosidad académica para los cursos que requieren el uso de estos programas especializados. Se realizaron campañas de expectativa a través de los medios digitales, obteniendo 64 leads como base de datos inicial, que se suma a 287 usuarios interesados en el área de formación obtenidos en ferias de universidades regionales y nacionales y 11 personas que mostraron su interés asistiendo directamente a la universidad en búsqueda de información; promoción en los colegios públicos y privados que tienen énfasis en comunicación social y en diseño, realizando talleres académicos con los estudiantes de décimo y undécimo durante el 2023-02.

De igual forma, se impulsó el semillero de tendencias de la comunicación y diseño gráfico que contó con 18 inscritos inicialmente.

Frente a la prospectiva docente, determinada en el cronograma de trabajo, en conjunto con el Departamento de Gestión Humana, se tramitó la apertura de la convocatoria para perfiles docentes en Manizales, una vez acordada, se publicó bajo el número 443 “Docente para el programa de Diseño Gráfico Centro Regional Manizales” la cual tuvo vigencia del 22 de junio al 31 de julio. Como resultado se obtuvo que 9 personas aplicaron y 5 fueron preseleccionados en perfil para tenerlo en el banco de aspirantes docentes. Adicionalmente se contó con 5 hojas de vida desde la gestión del programa de Diseño Gráfico Manizales. Vale aclarar que se presentó la misma situación del programa en la sede Medellín alrededor de los perfiles, situación conocida por el decano y quien nos socializó que ya ha tenido diálogos al respecto con el Departamento de Gestión Humana en cuanto a la especificidad de este tipo de profesionales.

	Concepto	Observación
1	Mercadeo y posicionamiento del programa	Pauta publicitaria en redes sociales, con campaña de leads en el periódico El Tiempo e Instagram institucional. (2023-01) Publirreportaje en el periódico La Patria y campaña digital de leads en las redes sociales (2023-02)
2	Semillero con los estudiantes de 10 y 11 de los colegios públicos y privados de la ciudad.	Los docentes del programa de Comunicación Social han realizado talleres académicos en los colegios Nuevo Gimnasio y San Juan Bautista de la Salle, con actividades que permiten promocionar los programas de Diseño Gráfico y Comunicación Social con los estudiantes de los grados 10 y 11.

3	Convocatoria Docente para Diseño Gráfico	El 22 de junio se abrió la convocatoria hasta el 31 de julio de 2023 y se tiene una base de datos de 11 prospectos para participar en el proceso de selección.
4	Parametrización del plan de estudios en el sistema académico	En el Consejo de Facultad del mes de septiembre se socializó todo lo relacionado con el programa de Diseño Gráfico Manizales Snies 111459, con el propósito de proceder con la respectiva Resolución para parametrizar el programa en el sistema académico.
5	Caracterización y base de datos	64 leads como base de datos inicial, que se suma a 287 usuarios interesados en el área de formación obtenidos en ferias de universidades regionales y nacionales y 11 personas que mostraron su interés asistiendo directamente a la universidad.
6	Visita a las instalaciones del programa de Diseño Gráfico en la sede en Medellín	La coordinadora del programa de Comunicación Social, Anlly Tatiana Flórez Ospina, realizó del martes 13 hasta el viernes 16 de junio de 2023 una visita a la sede de la Universidad Católica Luis Amigó, en este espacio sostuvo un diálogo académico con el Decano y la directora del programa de Diseño Gráfico Medellín, con el propósito de socializar y proyectar la apertura del programa de Diseño Gráfico en la sede Manizales para el 2024-01.
7	Gestión Brochure	Se revisó y se ajustó el diseño para la aprobación e impresión del brochure del programa de Diseño Gráfico Manizales, que actualmente se utiliza para promocionar el programa.
8	Grafitera	Se sostuvo una reunión de asesoría en 2023-02 con la diseñadora y artista Alejandra Arias con el propósito de intervenir el muro que se encuentra en el parque de las sombrillas de la sede en Manizales, como una de las actividades que harán parte del lanzamiento del nuevo programa de Diseño Gráfico que se realizará en el 2024-01.
9	Aula Taller	Espacios para el Aula Taller se analizaron las siguientes propuestas: Aula S204, casa de Palermo e instalaciones del colegio San Rafael, y después de los diálogos sostenidos entre diferentes áreas, se eligió el Aula S204 para adecuar el Aula Taller. A finales del 2023-02 se realizaron los trámites administrativos para iniciar con la intervención del espacio.
10	Sala de sistemas	La sala de sistemas S102 cuenta con 30 licencias de la Suite de Adobe, con todos los programas que se requieren.
11	Wacom	Se inició el diálogo sobre la obtención de las tabletas wacom para el 2024 -2025.

En el 2023-02 se inició con la adecuación del Aula Taller S204:



Es valioso mencionar que se considera realizar el lanzamiento del programa de Diseño Gráfico Manizales para el periodo 2024-01 y una de las actividades que harán parte de este lanzamiento es la intervención artística y gráfica del muro que se encuentra en el parque de las sombrillas de la sede Manizales.

