Capítulo 2

“¿Cuál es el horizonte del campo de la comunicación? Una revisión de los programas de formación en América Latina”[3].

Luisa Fernanda Sánchez Sánchez[4]

[3] Hago un reconocimiento y agradecimiento a Dánielle Rodríguez-Rivera, antropóloga de la Universidad Nacional, con quien hubo intercambios teóricos significativos para la construcción de este capítulo.

[4] Candidata a magíster en Estudios Culturales, especialista en Infancia, Cultura y Desarrollo y profesional en Comunicación Social y Periodismo. Docente-investigadora del programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar. lfsanchezs@ucompensar.edu.co,luisafernanda.saber@gmail.com

Introducción

A continuación, se presenta un estado del arte desde la perspectiva institucional latinoamericana con el fin de proyectar, sustentar y consolidar la línea de investigación *Comunicación, Medios y Prácticas Sociales* del programa de Comunicación Social de Fundación Universitaria Compensar. Esto se hace necesario y urgente bajo el trabajo y la función sustantiva de investigación de la Universidad, pues se contempla como un ejercicio de producción académica con fines de construcción de conocimiento, metodologías y ejercicios de reflexión. Para ello, se establece elaborar una ruta que contenga una condición de coherencia entre los requerimientos del contexto, la identificación de problemáticas contemporáneas de interés de la Universidad y el desarrollo de la malla curricular aprobada en 2019 por el Ministerio de Educación.

Para su desarrollo, se tuvo en cuenta el documento maestro de la Facultad (Fundación Universitaria Panamericana, 2019), donde la línea está ubicada en el Grupo de Investigación *Comunicación, Medios y Mercadeo* (ICOM) de la Facultad de Comunicación (FACOM). La línea propone subtemas de trabajo como comunicación organizacional; comunicación digital, redes sociales y narrativas; medios de comunicación; comunicación y procesos sociales y construcción de memoria y nuevas narrativas. Aquí se propone considerar la pertinencia del nombre y los subtemas para potenciar el programa.

Como marco de referencia, se tomó el documento realizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs & Unesco, 2009), donde se recoge el panorama de las instituciones educativas que ofrecen programas de formación gradual, posgradual y doctoral en América Latina; a partir de encuestas, se

identifican sus características, principales líneas de injerencia e investigación y procesos de innovación y consolidación curricular.

De esta manera, como estrategia, se utilizó el método deductivo, ubicando el foco desde lo general (la región latinoamericana y el panorama nacional, al centrarse en Colombia) a lo particular (Fundación Universitaria Compensar). Para rastrear las instituciones educativas, se utilizó el motor de búsqueda Google y sus páginas web. Así, el documento sigue la clasificación planteada en este documento bajo la agrupación de las principales zonas geográficas de la región: "El trabajo se dividió en cinco subregiones: *Cono Sur* (Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay), *Países Andinos* (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), *Centroamérica y Caribe* (Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana), México y Brasil" (Felafacs & Unesco, 2009, p. 11). Para este ejercicio, se consideró hacer una ruta de lectura con una pequeña variación donde se priorizan los siguientes países:

- *Cono Sur* (comprenden a Argentina y Chile)
- Zona Brasil
- Zona México
- Zona andina (Colombia, Perú y Bolivia)

Finalmente, es relevante anotar que, además de identificar las líneas de investigación y orientación curricular en cada escuela, esta pesquisa podría ser un insumo para comparar la situación de las facultades de Comunicación Social en la región en el año de publicación del texto de referencia (2009) y el año de producción de este estado del arte (2020).

Estado del arte

Enseguida, se encuentra la presentación de cada una de las instituciones por las zonas geográficas:

1. Zona Cono Sur: Argentina y Chile

1.1 Argentina

1.1.1 *Universidad de Buenos Aires*[5] *(UBA)*

En la UBA se ofrece la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, la cual consta de un ciclo básico introductorio con materias interdisciplinares, un ciclo de materias comunes que se describirán a continuación, así como un ciclo de orientación que puede ir dirigido a partir de las siguientes categorías: Orientación en Periodismo, Orientación en Comunicación y Procesos Educativos; Orientación en Opinión Pública y Publicidad; Orientación en Comunicación y Promoción Comunitaria; Orientación en Políticas y Planificación de la Comunicación.

La malla curricular obligatoria se define por 18 materias relacionadas con teorías de la comunicación e interdisciplinares y 6 materias de talleres de producción en medios. Las categorías de orientación, que en el caso de este texto resultan más relevantes, son las de Orientación en Comunicación y Promoción Comunitaria, en la cual se trabajan asignaturas como: Metodología del Planeamiento en Comunicación, Promoción de Actividades Comunitarias, Comunicación y Educación, Análisis Institucional, Taller de la Orientación en Comunicación y Promoción Comunitaria.

[5]http://www.uba.ar/download/academicos/o_academica/carreras/lic-cscomunicacionsocial.pdf

1.1.2 Universidad de Palermo

Esta universidad ofrece carreras relacionadas en dos facultades, a saber, Facultad de Diseño y Comunicación[6] y Facultad de Ciencias Sociales[7]. El primer caso ofrece carreras afines al diseño gráfico, la publicidad, diseño de modas, diseño web y comunicación digital, diseño industrial, licenciaturas en producción de recursos audiovisuales, marketing, entre otros, las cuales se enmarcan en las áreas de Comunicación y Creatividad Publicitaria, Comunicación Corporativa y Empresarial, Multimedia Digital y Audiovisual. Dentro de este panorama, resulta pertinente mencionar que el enfoque de esta facultad se guía por el diseño y la producción gráfica, audiovisual, de productos y, en específico, con la comunicación corporativa y empresarial.

El segundo caso ofrece la carrera de Periodismo, en la cual se caracteriza por un currículo flexible que permite al estudiante escoger entre líneas de profundización técnicas, así como del espectro político, deportivo, económico, financiero, cultural o de tipo organizacional: marketing, publicidad y gestión. La institución ofrece prácticas en iniciativas propias de los estudiantes como el periódico o la radio estudiantil y también ofrece convenios con asociaciones de periodismo nacionales.

Las asignaturas ofertadas en el currículo pueden dividirse en tres aspectos: a) estudios generales: que abarcan clases de disciplinas relacionadas como antropología, economía, ciencia política, sociología, psicología entre otros; b) formación en periodismo y comunicación: dentro de la cual están consignadas materias teóricas alrededor de los medios de comunicación, sin tener en cuenta nin-

[6] https://www.palermo.edu/dyc/inscripcion_carreras/index.html

[7] https://www.palermo.edu/cienciassociales/periodismo/index.html

guna materia de teoría comunicativa como tal; c) talleres de entrenamiento profesional: en los cuales se realizan prácticas periodísticas y talleres de producción y d) periodismo aplicado: dentro del cual se encuentran las distintas líneas de investigación: periodismo deportivo, periodismo policial, investigativo, institucional, político, multimedial.

1.1.3 Universidad de La Plata[8]

En la Facultad de Periodismo y Comunicación Social se ofrecen los siguientes programas: licenciatura en Comunicación Social con Orientaciones de Periodismo, Producción de Contenidos y Gestión de Medios y Planificación y Gestión de la Comunicación en Organizaciones; Profesorado en Comunicación Social; Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo; Tecnicatura en Comunicación Popular; Tecnicatura en Comunicación Digital; Tecnicatura Universitaria en Comunicación Pública y Política.

Para este estado del arte, nos enfocaremos en revisar el currículo de Comunicación Popular y el Profesorado en Comunicación Social. El primer caso, tal como lo expresa la página web, es un técnico superior que busca descentralizar los discursos de la comunicación y el periodismo y fortalecer estrategias para crear desde lo popular. En ese sentido, "se organiza en las siguientes áreas: 1) Comunicación y Gestión Popular, 2) Lenguajes y Tecnologías, 3) Política y Conocimiento". Las asignaturas que oferta evidencian un enfoque crítico y de gran discordancia con los currículos reseñados hasta el momento, pues se basa en una perspectiva política. De igual manera, resalta no solo la importancia de los talleres, sino también la creación de laboratorios: Laboratorio Creativo Sonoro y Laboratorio Creativo Visual.

[8] https://unlp.edu.ar/carreras_de_grado

En la página web de la institución, únicamente se encuentra información básica sobre algunas asignaturas del programa de Profesorado en Comunicación Social, como son Didáctica de la Comunicación, Prácticas de la Enseñanza, Comunicación y Educación, Diseño y Planeamiento del Currículum, Fundamentos Psicológicos del Aprendizaje, Teoría de la Educación, lo cual indica que se trata de una carrera enfocada hacia la pedagogía.

1.2 Chile

1.2.1 Universidad Austral de Chile[9]

La carrera de Periodismo, licenciatura en Comunicación Social, la cual hace parte de la Facultad de Filosofía y Humanidades, "se ha posicionado en nuestra escuela como una vertiente de estudios en los ámbitos de las ciencias de la comunicación y de la información", según la información contenida en su página web. En su descripción, se hace énfasis en la importancia de la disciplina en la construcción del conocimiento social y la necesidad de que la información difundida se realice de forma "responsable por profesionales preparados, con juicio crítico, ética personal y profesional".

El perfil de egresado resalta el conocimiento en las áreas de la "comunicación científica y ambiental, comunicación mediática, comunicación organizacional y estratégica, procesos informativos, entre otras". Dentro del currículo, se identifican cinco líneas de formación, contabilizadas en la cantidad de cursos o materias a las que corresponden, así: a) Formación en Humanidades y Ciencias Sociales (10 disciplinares y 2 electivas); b) Formación en Medios de Comunicación (5 disciplinares y 5 talleres); c) Formación en Comunicación y Periodismo (23 disciplinares) y d) Formación en Comunicación

[9] https://www.uach.cl/admision/principal/va1divia/periodismo

Organizacional y Opinión Pública (5 disciplinares). Igualmente, cuenta con un Taller de Comunicación Digital.

1.2.2 Pontificia Universidad Católica de Chile[10]

La Facultad de Comunicaciones de la universidad ofrece un programa de bachillerato y tres programas profesionales (Publicidad, Periodismo y Dirección Audiovisual) que le permite a sus inscritos graduarse como licenciados en Comunicación Social, además de obtener el título profesional que escojan. El plan curricular contempla la formación de la disciplina a partir de la noción de "aprender en el hacer". Dentro de la malla curricular del programa de Periodismo, es posible evidenciar las siguientes materias e iniciativas que se inscriben en los ámbitos de la línea de Fundación Universitaria Compensar *Comunicación, Medios o Prácticas Sociales*:

Comunicación:

23 materias dentro de las cuales se identifican teorías de las comunicaciones, metodología, introducción a otras disciplinas (antropología, economía).

Diplomado en Comunicación Corporativa, Estrategias de Comunicación Educativa, Diplomado en Redes Sociales *Online* y Comunicaciones, Diplomado en Desarrollo y Gestión de Contenidos Digitales, Diplomado en Guión con mención series de ficción para TV, Diplomado en Producción Ejecutiva Audiovisual.

Medios:

15 materias dentro de los cursos que se relacionan con teoría de medios de comunicación y talleres para producción en medios (producción radial, televisiva, periodismo avanzado).

[10] http://comunicaciones.uc.cl/

La facultad cuenta con dos proyectos de formación en el área de la comunicación: Kilómetro 0: una iniciativa de periodismo universitario que publica temáticas relacionadas con el desarrollo político de Chile en la actualidad, así como fotografías, entrevistas, análisis, columnas, entre otras herramientas comunicativas con el fin de "informar sobre los temas que aún no están en la agenda nacional, profundizamos en los que tienen escasa cobertura y consideramos relevantes para nuestros lectores, damos una mirada única a los temas de alta cobertura, que no es posible encontrar en otras publicaciones, y rescatamos las historias que han sido olvidadas y parecían no tener un cierre". Y Tren Digital: una iniciativa que, a modo de grupo de investigación, estudia "las consecuencias sociales de la tecnología" y "cómo los cambios tecnológicos afectan a las personas en el mundo corporativo, educacional e interpersonal".

1.2.3 Universidad de Chile[11]

Ofrece la carrera de Periodismo, la cual está asociada al Instituto de Comunicación e Imagen. Según la descripción de la página web, estos estudios "se fundamentan en las ciencias de la comunicación y tienen como finalidad proporcionar conocimientos y técnicas, y desarrollar habilidades que permitan desempeñarse como experto en materias relacionadas con los medios informativos y técnicas de la comunicación en general". Igualmente, se encuentra relevante que el programa busca que sus profesionales se desempeñen tanto en medios de comunicación como en publicitarios y desarrolla competencias vinculadas al periodismo de investigación, la comunicación organizacional y creación y gestión de medios.

En relación con los tres aspectos propuestos para esta investigación, el plan curricular se enfoca en materias teóricas y metodológi-

[11] https://portaluchile.uchile.cl/carreras/5025/periodismo

cas de comunicación y, en segunda medida, en materias relacionadas con la producción de recursos comunicativos. En ese sentido, predominan las teorías de la comunicación (19), materias de contextualización política, económica y social (4), materias de metodología e investigación (5) y talleres o producción de medios de comunicación (12), sin contar con las materias de práctica profesional y titulación.

2. Zona central: México

2.1 México

2.1.1 Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

La UNAM ofrece tres distintos programas asociados con la disciplina de comunicación social: la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales ofrece la carrera de Ciencias de la Comunicación; la Facultad de Estudios Superiores de Aragón (área de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes) ofrece la carrera de Comunicación y Periodismo; la Facultad de Estudios Superiores de Acatlán ofrece la carrera de Comunicación. Como tal, las facultades no se diferencian por la orientación temática, sino por la distribución regional de la universidad en zonas de México. Sin embargo, a continuación, identificamos cuáles son sus características y, en algunos casos, sus diferencias.

Ciencias de la Comunicación[12]:

Según la página web, "analiza y difunde la problemática social mediante mensajes y contenidos informativos, escritos y audiovisuales y se estudian los orígenes, la estructura, el desarrollo y los cambios en los procesos de la comunicación humana, tanto interpersonales como grupales, organizacionales, colectivos o masivos".

[12] http://oferta.unam.mx/ciencias-de-la-comunicacion.html

El plan de estudios se divide en tres fases. La primera es una fase propedéutica general para todos los estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas, en la cual se toman en cuenta asignaturas de contextualización como Introducción al Pensamiento Social y Político Moderno, Construcción Histórica de México en el Mundo I (1808-1946), Construcción Histórica de México en el Mundo II (a partir de 1947), Estado, Sociedad y Derecho y Procesos y Medios de Comunicación en la Historia de México I (1320-1876), entre otras; asignaturas de fundamentación teórica: Lenguaje, Cultura y Poder, Teorías de la Comunicación I, II y III, Argumentación y Expresión Escrita, Teorías y Análisis del Discurso, Comprensión de Textos y Expresión Oral y Teorías de la Significación, etc.; asignaturas de metodologías como Investigación en Comunicación, Consulta de Fuentes y Lectura Numérica del Mundo, Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales, entre otras.

Después del cuarto semestre, la facultad ofrece tres especialidades: Profundización en Comunicación Política, Comunicación Organizacional, Publicidad, Producción Audiovisual o Periodismo en los Medios.

La facultad cuenta, igualmente, con el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación CECC, con el cual fomenta actividades de formación extracurricular como charlas, conferencias, talleres, etc. Se puede consultar aquí: https://www.politicas.unam.mx/cecc/.

Comunicación y Periodismo[13]:

Según la información descrita en la página, el plan curricular se divide en tres etapas de formación:

[13] http://oferta.unam.mx/comunicacion-y-periodismo.html

Etapa propedéutica: comprenderá el objeto mismo de las ciencias sociales y la comunicación, así como su relación con: ciencia política, economía, sociología y epistemología. Conocerá las funciones sociales del periodismo.

Etapa formativa: conocerá y aplicará los diferentes géneros periodísticos, además de las diversas teorías y métodos de la comunicación. Conocerá aspectos teórico-metodológicos respecto al desarrollo y el régimen legal de los medios de comunicación, la psicología, la opinión pública, la publicidad y la propaganda.

Etapa de preespecialización: al concluir esta etapa de formación que incluye las preespecialidades de prensa, radio o televisión, además de las asignaturas optativas, el alumno aplicará sus conocimientos teórico-técnicos en los procesos de producción de mensajes.

En general, es importante notar que se trata de una carrera especializada en el tema de medios, por eso las asignaturas difieren: Edición de Diarios y Revistas, Estilos Periodísticos y Literarios, Entrevista, Reportaje, Computación Aplicada a Medios Audiovisuales y Computación Aplicada a Medios Impresos y Electrónicos.

Comunicación[14]:

La carrera ofertada por esta facultad es de tipo general y encierra en una unidad las especialidades de publicidad y marketing o periodismo o comunicación social: "El profesionista de la Comunicación recopila, analiza y sistematiza información para generar mensajes para prensa, radio, televisión, cine o Internet, estudia los fenómenos de la comunicación en sus distintos niveles y medios para aplicar estos conocimientos en las áreas de docencia, in-

[14] http://oferta.unam.mx/comunicacion.html

vestigación, producción, análisis, evaluación de mensajes, diseño de estrategias, campañas de publicidad, de comunicación política y organizacional".

A diferencia de las etapas de formación básica, profesional y complementaria, el programa ofrece cuatro campos de formación profesional: Comunicación Política y Ciudadanía, Comunicación Multimedia y Cultura, Periodismo e Investigación, Comunicación Educativa y Comunicación Organizacional.

Cuenta con la *Revista Figuras*, así como se pueden relacionar los siguientes seminarios relacionados con la disciplina (y que forman parte de toda la facultad): Género, ciencia y educación, Los conceptos fundamentales de la prensa en México, Problemas actuales de la interpretación histórica, Crónicas y fuentes de origen indígena del siglo XVI novohispano.

2.1.2 Universidad Autónoma de Nuevo León[15]

La carrera forma parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y tiene como propósito académico formar profesionales que sean "capaces de analizar su contexto desde lo local hasta lo global para generar propuestas de comunicación en las áreas de medios masivos y redes mediáticas, desarrollo organizacional, mercadotecnia, difusión cultural, científica y social tanto en instituciones públicas como privadas, con criterios de calidad, ética y desarrollo sustentable".

El programa curricular comprende las siguientes temáticas de asignaturas: fundamentación disciplinar (teoría de la comunicación, introducción a los medios, comunicación masiva, semiótica,

[15] https://www.uanl.mx/oferta/licenciado-en-ciencias-de-la-comunicacion/

introducción al periodismo), fundamentación en disciplinas básicas (estadística, psicología social, lingüística, administración, apreciación a las artes, por ejemplo), contextualización (ambiente y sostenibilidad, legislación, formación de la sociedad mexicana, contexto social de la profesión) y específicas (técnicas: fotografía, recursos digitales, lenguaje del cine, redacción aplicada; organizacional: psicología de la publicidad, imagen e identidad corporativa, planeación estratégica, entre otras).

Igualmente, la página web de la facultad hace referencia al evento de importancia que es la Semana de la Comunicación, la cual consta de ciclos de conferencias y eventos alrededor de la disciplina. Igualmente, cuenta con el Centro de Producción Audiovisual, que apoya actividades académicas y extracurriculares a partir de las siguientes áreas: Producción Televisiva, Producción Radiofónica, Producción Cinematográfica, Producción y Posproducción de Video. Como otras iniciativas de la facultad, existen dos canales de YouTube con notas periodísticas: La Cabina, así como el canal Séptima Función de crítica de producción audiovisual.

Finalmente, cuenta con un Catálogo de Servicios que ofrece cursos, talleres y diplomados especializados dirigidos a empresas alrededor de temáticas de comunicación.

3. Zona Brasil: Brasil

3.1 Brasil

3.1.1 Universidad de Sao Paulo[16]

La Escuela de Comunicación y Artes ofrece la carrera de Educomunicación, la cual se aborda desde las ciencias humanas

[16] https://www5.usp.br/ensino/graduacao/

como una conjunción entre la educación y la comunicación que permite pensar la influencia de la tecnología, las técnicas, la teoría y el uso social de la comunicación en la educación formal e informal. Las asignaturas se clasifican en teorías de la comunicación y fundamentos de la educación, materias de educación en diversos contextos, políticas públicas y educación y recursos pedagógicos.

Cuenta con una publicación semestral llamada *Comunicación y Educación*, que se puede consultar aquí: http://www.revistas.usp.br/comueduc/, en donde se encuentran artículos con temas como la alfabetización semiótica, disertaciones sobre la educomunicación, la influencia del internet en los ámbitos comunicativos, entre otros.

Grupos de investigación: Alteridade, subjetividades, estudos de gênero e performances nas Comunicações e Artes, Centro de Estudos do Campo da Comunicação, Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação, LabEducom - Laboratório de Educomunicação, LABIDECOM - Laboratório de Inovação, Desenvolvimento e Pesquisas em Educomunicação, LLD - Cibernética Pedagógica: Laboratório das Linguagens Digitais, MECOM. Mediações educomunicativas.

De igual manera, el departamento de Periodismo y Editorial ofrece ambos programas. Específicamente en el programa de periodismo no es posible encontrar la descripción del currículo. En el programa de Comunicación Editorial se ofrecen asignaturas teóricas tanto de comunicación como del ejercicio editorial y otras disciplinas (filosofía, sociología de la comunicación, literatura), metodológicas (investigación editorial e investigación comunicativa), específicas (historia del libro, mercadeo, diseño editorial, producción gráfica y laboratorios) y contextuales (legislación, cultura y comunicación, literatura brasilera, políticas públicas) entre otras.

Grupos de investigación: Com + Grupo de Pesquisa em Comunicação, Jornalismo e Mídias Digitais, GPJIP - Grupo de Pesquisa

Jornalismo e Interesse Público, Grupo de Pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade, TCULT - Textos da Cultura em Mídias Diferenciadas, JORCOM - O Jornalismo na Comunicação Organizacional, Epistemologia do Diálogo Social, MidiAto - Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas, Grupo de Pesquisa "Jornalismo Popular e Alternativo".

3.1.2 Universidade Federal do Rio Grande do Sul[17]

Dentro de la Facultad de Biblioteconomía y Comunicación, se ofrece el pregrado en Periodismo, enfocado en la producción de recursos comunicativos para medios de comunicación. En ese sentido, las asignaturas que se contemplan son principalmente de tipo técnico y se pueden agrupar en: fundamentación (contexto comunicativo y fundamentos de recursos comunicativos), técnica (fotorreportaje, ciberreportaje, radiorreportaje, telerreportaje, etc.) y contextuales (ética, gestión, metodologías).

En la página web es posible rastrear dos líneas de investigación: 1) Periodismo y Lenguaje: investigación teórica basada en los campos de análisis del discurso, epistemología del periodismo, lenguaje y psicoanálisis, teniendo como objetivo de investigación la teoría de noticias e informes y sus efectos de significado, y 2) Periodismo y Procesos Editoriales: investigación sobre periodismo y procesos editoriales en los siguientes enfoques: fundamentos teóricos y epistemológicos; lenguaje y producción de significados; identidad, ética y campo profesional; periodismo especializado; historia de la publicación y el periodismo; economía política de organizaciones periodísticas y editoriales; rutinas de producción, edición y circulación en diferentes medios; imagen, tecnología y diseño.

[17] www.ufrgs.br/ufrgs/ensino/graduacao/cursos/exibeCurso?cod_curso=1489

3.1.3 Universidad Minas de Gerais[18]

El programa de Periodismo, según la página web, articula disciplinas de las ciencias humanas con el aprendizaje profesional específico. Entonces, se ofrecen asignaturas tales como: teorías de la comunicación, fundamentos de otras disciplinas (filosofía, sociología, economía, antropología, política, religión), metodología y técnicas de investigación, materias de contextualización (comunicación y coyuntura actual).

En la página web se encuentran los siguientes grupos de investigación: Grupo de Pesquisa de Política Externa Brasileira Contemporânea, Grupo de Pesquisa em Estudos Comunicacionais (GPEC), REDE - Rede de Estratégias Digitais Emergentes, Mídia e Narrativa, Campo Comunicacional e suas Interfaces.

Igualmente, ofrece el programa de Comunicación Social con enfoque en publicidad y propaganda en el cual tiene énfasis en "*desenvolver projetos de comunicação de impacto social; projetos institucionais de marca e mercadológicos; realizar e analisar pesquisas de opinião e mercado; dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar campanhas de comunicação*".

La malla curricular en ese sentido comprende tanto asignaturas de fundamentación en ciencias humanas (Filosofia, Sociologia e Artes), pero en general se enfoca en el área de la publicidad y el dise-

[18]https://www.pucminas.br/unidade/coracao-eucaristico/ensino/graduacao/Paginas/Comunicacao-Social-Jornalismo.aspx?moda=2&curso=226&local=ab23480c-5f60-4752-b990-1ac1cf9b8cf5. y https://www.pucminas.br/unidade/pocos-de-caldas/ensino/graduacao/Paginas/Comunicacao-Social-Publicidade-e-Propaganda.aspx?moda=2&curso=194&local=d415bd18-535b-4ab6-9d3b-702d3005abe8

ño de marca: Fotografia Publicitaria; Producción Gráfica; Comunicação Visual; Direção de Arte; Linguagem e Criação Publicitária; Planejamento Publicitário; Marketing; Produção Audiovisual; Planejamento de Mídia, Cinema e Vídeo; Teorias da Imagem; Ética da Propaganda; Gestão de Negócios; Cibercultura; Psicologia do Consumo; Administração em Publicidade; Comunicação e Conjuntura Internacional.

4. Zona andina: Bolivia, Perú y Colombia

4.1 Bolivia

4.1.1 Universidad Católica Boliviana[19]

Es un programa de pregrado denominado Comunicación Social que pertenece a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Su plan curricular busca formar en el desarrollo de habilidades (redacción, taller de expresión y facilitación), teorías disciplinares (introducción a la comunicación, introducción al periodismo, comunicación y teorías del desarrollo, comunicación corporativa, etc.), metodología (análisis transdisciplinario - 4 niveles, proyectos), contextualización (pensamiento crítico, derechos humanos y ciudadanía, taller de educomunicación), técnico específico (fotografía y diseño, narrativa audiovisual, narrativa cinematográfica, narrativa radiofónica). Tal como el nombre lo indica, el programa ofrece una materia transversal denominada Formación Humana y Cristiana.

Igualmente, la carrera edita la revista internacional *Punto Cero*.

---

19 https://www.ucbcba.edu.bo/depto-cs-sociales-y-humanas/comunicacion-social/

4.1.2 Universidad Privada Boliviana[20]

La Facultad de Ciencias Empresariales y Derecho ofrece la licenciatura de Comunicación y se enfoca, según la página web, en las áreas de Marketing, Recursos Humanos, Producción en Comunicación y Comunicación y Desarrollo.

El plan de estudios se puede agrupar en las siguientes temáticas: fundamentos en disciplinas básicas (administración de empresas, economía general, estadística, mercadotecnia, psicología, sociología, demografía), contextualización (historia mundial contemporánea, historia de las ideas políticas, teorías general del Estado, historia crítica de Bolivia), teoría de la comunicación (teoría de signos, teoría de la comunicación, comunicación intercultural, comunicación corporativa, cultura y globalización, comunicación política, tecnología de la comunicación, análisis del discurso), materias técnicas específicas (edición de publicaciones, guionización, producción audiovisual, taller de periodismo, lenguaje audiovisual, multimedios) y teóricas de gestión (planeación y administración de recursos humanos, relaciones públicas y eventos corporativos, investigación de mercados, identidad corporativa, calidad y servicio al cliente) .

Igualmente, cuenta con el Laboratorio de Investigaciones en Comunicación y Humanidades - LIComH, del cual no se encuentra información en la página web.

4.1.3 Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra[21]

La Facultad de Humanidades, Comunicación y Artes ofrece la ca-

[20] https://www.upb.edu/es/lic_comunicacion_cochabamba

[21]https://www.upsa.edu.bo/es/carreras-facultad-de-humanidades-y-comunicacion/comunicacion-estrategica

rrera de Comunicación Estratégica y Corporativa, la cual tiene un enfoque organizacional y de gestión y busca graduar profesionales que, tal como lo describe la página web, se desempeñan "como director o responsable de Comunicación en instituciones y empresas públicas y privadas, diseñando planes y proyectos para manejar la imagen y reputación de la organización, de productos y de personalidades, y producir mensajes orientados a mantener la fidelidad de sus públicos estratégicos".

Sin embargo, la misma descripción indica que el programa se direccionó hacia temáticas comerciales y de mercadeo desde 2005 "como resultado del cambio de orientación de la carrera de Comunicación Social y en respuesta a las demandas sociales, laborales y tendencias profesionales de la comunicación en un mundo cada vez más globalizado".

En ese sentido, el plan de estudios recoge asignaturas de fundamentación teórica (fundamentos de administración de empresas, fundamentos de comunicación, teorías de comunicación corporativa, semiología, fundamentos de marketing, etc.), metodología (metodología de investigación cuantitativa y cualitativa, investigación documental, investigación en comunicación), materias de gestión (gestión de la marca, gestión de contenidos web, gestión de prensa corporativa, planificación estratégica) y contextualización (realidad nacional, Interculturalidad, Ciudadanía y Género, paradigmas y discursos globales) .

Dentro de las materias electivas ofrecen: Creatividad, Historia del Arte, Dibujo para Diseño Gráfico I, Historia de la Moda, Psicología General, Psicología Social, Sexología, Ofimática Avanzada, Writing Lab, Life Plan To Excellence.

Igualmente, en el área de investigación, la facultad cuenta con la revista *Aportes de la Comunicación y la Cultura* del Centro de In-

vestigación de la Comunicación Aplicada (CICA). Las líneas de investigación son: Cultura Organizacional, Redes Sociales de las Organizaciones, Comunicación Estratégica, Modelos de Calidad y Cambio Organizacional, Responsabilidad Social Corporativa, Periodismo y Medios, Estudios Culturales, Nuevas Tecnologías y Sociedad.

4.2 Perú

4.2.1 Universidad Nacional Mayor de San Marcos[22]

Según el plan de estudios referido en la página web, la Escuela Profesional de Comunicación Social forma parte de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, la cual consta de un ciclo de seis semestres de asignaturas disciplinares y de fundamentación (teoría de la comunicación; ciclo de nivelación en materias y habilidades básicas como biología y matemática general, fotografía y redacción básica; materias de contextualización cultural y política, talleres, entre otras) , un segundo ciclo a partir del séptimo semestre en el que el estudiante debe elegir entre tres especialidades: Periodismo, Comunicación Organizacional y Producción Audiovisual.

La facultad cuenta con cuatro institutos de investigación denominados: Instituto de Investigaciones Lingüísticas, Instituto de Investigación de Lingüística Aplicada, Instituto de Investigaciones del Pensamiento Peruano y Latinoamericano y el Instituto de Investigaciones Humanísticas, todos ellos interdisciplinares.

Así mismo, específicamente para el área de Comunicación Social, cuenta con los siguientes grupos de investigación: Grupo INCOMUN – Interculturalidad y Comunicación, COMORG – Comunicación Social Especialidad Organizacional.

[22] https://letras.unmsm.edu.pe/comunicacion-social/

4.2.2 Universidad de Lima[23]

En la Universidad de Lima, los estudios en la disciplina se encuentran en la Facultad de Comunicación, la cual, según la página web, es la primera en fundarse a nivel nacional y "pone énfasis tanto en el planeamiento y gestión de proyectos de comunicación como en la realización de productos innovadores". Esto se evidencia en las variadas especializaciones que ofrecen: diploma en Artes Visuales, Comunicación Corporativa, Comunicación para el Desarrollo, Gestión y Realización Audiovisual, Periodismo y Gestión Informativa, Publicidad y Marketing, Videojuegos y Aplicaciones.

Claramente es posible identificar que dentro de la malla curricular se propone profundizar en teorías de la comunicación (fundamentos de la comunicación, estéticas contemporáneas, lenguaje y comunicación, entre otras), en fundamentación de disciplinas básicas (economía y empresa, temas de filosofía, arte y cultura, fundamentos de matemática, etc.), metodología (técnicas de investigación, metodologías de investigación), materias de contextualización (globalización y realidad nacional, procesos sociales y políticos, análisis de actualidad nacional), materias de profundización técnica específica (técnica fotográfica, técnicas audiovisuales, *storytelling*, taller de audio, técnicas de diseño, etc.).

Igualmente, dependiendo de la especialidad que el estudiante escoja, se ofrecen una serie de laboratorios/talleres acordes con la misma para el último semestre, a modo de práctica: Taller de Cine, Diseño y Ejecución de Campañas Publicitarias, Taller de Campañas Corporativas, Laboratorio de Proyectos de Desarrollo, Laboratorio de Proyectos Informativos, Laboratorio de Videojuegos, Laboratorio de Proyectos Visuales.

[23] http://www.ulima.edu.pe/pregrado/comunicacion

Igualmente, la facultad cuenta con afiliaciones a la Cátedra Unesco y Felafacs. Cuenta con el Centro Crea, de creación audiovisual, la sala de cine La Ventana Indiscreta, el blog de crítica y reseña cinematográfica la revista *Contratexto*, el boletín *Conectados*, el periódico *Nexos* (elaborado por el área de Periodismo), el Concurso de Investigación en Comunicación y la iniciativa Intermedios en conjunto con la Cátedra UNESCO. Finalmente, Círculos de estudios: Animes, Artes Escénicas, Cine, Comunicación para el Desarrollo (ReCrea), Empresa y Responsabilidad Social (Creer), Fotografía, Música, Periodismo, Periodismo Internacional, Radio, Círculo de Audio.

4.2.3 Universidad San Agustín de Arequipa[24]

Según la descripción dada, la carrera se inscribe dentro de las Ciencias de la Comunicación y forma parte de la Facultad de Psicología, Relaciones Internacionales y Ciencias de la Comunicación. A su vez, se divide en Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

La escuela ofrece un plan curricular general los primeros seis semestres y una opción de especialización de 4 semestres en Periodismo o Relaciones Públicas. Las asignaturas que comprenden el primer ciclo se reúnen en desarrollo de habilidades (oratoria, redacción, imagen personal, *coaching* y liderazgo, técnicas de dinámica de grupos, por ejemplo), fundamentos en disciplinas básicas (filosofía y lógica, ecología, estadística, diseño gráfico), teorías de la comunicación (comunicación intercultural, comunicación política, comunicación comercial, fundamentos de periodismo), contextualización (comunicación en el análisis socioeconómico macrorregional, comunicación en masas) y técnicas (radio, producción audiovisual, redacción organizacional/ en medios), entre otros.

[24] http://fpsrriicc.unsa.edu.pe/ciecomunicacion/competencias-de-la-carrera/

La especialidad en Relaciones Públicas ofrece asignaturas relacionadas con marketing, gestión y planeación, comunicación en la gestión pública, publicidad, entre otras. Por su parte, la especialidad en Periodismo consta de materias mucho más técnicas: producción radiofónica, estilos periodísticos, taller de prácticas en prensa, producción audiovisual, conducción y locución en medios de comunicación, periodismo digital, multimedia, periodismo deportivo, periodismo político, etc.

Finalmente, en la página web no es posible relacionar más información.

4.3 Colombia

Este apartado estará dividido por la modalidad educativa de las instituciones.

4.3.1 Educación técnica:

4.3.1.1 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN[25]

La CUN ofrece tres tipos de programa relacionados con la disciplina: Técnica Profesional en Producción de Contenidos Informativos (hasta 4 semestres), Tecnología en Gestión Comunicativa para las Organizaciones (hasta 6 semestres) y Comunicación Social (hasta 9 semestres). Es decir, que, conforme se trasciende por las tres opciones, la profundización alrededor de las temáticas va en aumento; sin embargo, en todos los niveles de aprendizaje permanecen las mismas variables: fase institucional (cátedra institucional, emprendimiento, tecnología), fase básica investigativa (materias introductorias y de metodología de la investigación), fase específica (consta

[25] https://cun.edu.co/carreras/comunicacion-social/

de materias de fundamentación teórica, materias sobre desarrollo de medios, materias de periodismo, materias de comunicación organizacional y prácticas).

Según la página web de la universidad, la carrera busca orientar al estudiante a "producir, procesar y publicar información en los diferentes medios de comunicación existentes [...] trabajar en procesos de comunicación interna y externa, comunicación para el desarrollo y comunicación política".

En el plan de estudios se evidencia un enfoque institucional de emprendimiento, el cual no se evidencia de esa manera (por medio de asignaturas específicas del tema) en otros programas revisados a nivel latinoamericano y se ofrece en 5 ciudades principales en el país (Bogotá, Santa Marta, Neiva, Barranquilla e Ibagué), con leves modificaciones a los nombres de las materias. A pesar del enfoque mencionado, es importante resaltar asignaturas como Comunicación Alternativa y Comunitaria o Comunicación y Organizaciones como parte de la sección organizacional, pero evidentemente volcadas hacia las organizaciones sociales. Igualmente, se ofrecen materias electivas de acuerdo con el énfasis en los siguientes temas: narrativa transmedial, periodismo cultural y conflicto armado y proceso de paz.

4.3.1.2 UNINPAHU Fundación Universitaria[26]

Se trata del tecnólogo de Comunicación Social y Periodismo y tiene como interés enseñar a sus estudiantes para que logren "producir contenidos en diferentes narrativas y formatos para radio, prensa, televisión y medios *online* para los diferentes medios y canales de

[26]https://www.uninpahu.edu.co/programas-academicos/facultad-de-comunicacion-informacion-y-lenguaje/comunicacion-social-y-periodismo/

comunicación de las organizaciones y empresas públicas y privadas a nivel nacional e internacional".

Según el plan curricular, el programa tiene una duración de 6 semestres, en los cuales se imparten las siguientes asignaturas: contextualización (Mundo Contemporáneo, Colombia Contemporánea, Ideas e Instituciones Políticas en Colombia e Ideas e Instituciones Económicas en Colombia, Formación Ciudadana), teóricas (Fundamentos del Periodismo, Teoría de la Imagen y el Sonido, tres niveles de Comunicación Mediática: enfoque interpretativo, enfoque funcionalista y enfoque crítico; Documentación Periodística, géneros informativos con tres ejes: Noticia, Entrevista e Intermedios y Crónica, etc.), técnicas específicas (Periodismo en Radio, Periodismo en TV, Producción de Sonido para Radio, Producción de Video para TV, entre otras).

En la página web de la universidad no es posible encontrar otra iniciativa.

4.3.2 Educación profesional:

4.3.2.1 Corporación Universitaria Minuto de Dios (Uniminuto)

La Facultad de Ciencias de la Comunicación ofrece cuatro programas: dos de formación profesional: Comunicación Social y Periodismo y Comunicación Visual, y dos de tecnología: Comunicación Gráfica y Realización Audiovisual. Acá solo se concentrará en el primer programa profesional. Su enfoque se centra en tres aspectos fundamentales del desarrollo humano de sus estudiantes: el saber, la práctica y la realización personal. Teniendo esto en cuenta, el programa de Comunicación Social ofertado en catorce de sus sedes (seis de forma presencial y ocho a distancia) busca fomentar un proceso de aprendizaje reflexivo que evalúe de forma crítica el conocimiento adquirido, determinando así la validez del mismo, las

formas de perfeccionarlo y de adaptarlo a las demandas del nuevo mundo que exige información precisa y veloz.

El plan curricular del programa tiene cuatro componentes principales, el primero de los cuales es transversal a todo el proceso de formación, está enfocado en la formación personal de los profesionales, fomentando el desarrollo de otras habilidades adicionales a la comprensión teórica del campo, como la ética profesional, el emprendimiento y la responsabilidad social. Los otros componentes están enfocados en la formación profesional y la aprehensión del conocimiento de investigación, herramientas y metodologías apropiadas para su continuo desarrollo. Con un componente inicial de introducción a las temáticas básicas de la comunicación social y el periodismo, uno profesional en el que se revisan los conceptos previamente establecidos, se fortalecen herramientas de pensamiento crítico y creación literaria, así como uno complementario que evalúa al graduando en un entorno profesional y perfecciona sus conocimientos en la aplicación y práctica de los mismos.

En los grupos de investigación y semilleros se cuenta con Comunicación y construcción social; Comunicación, lenguaje y participación y Jóvenes, cultura y poderes. Estos se materializan en más de 20 semilleros de investigación.

4.3.2.2. Pontificia Universidad Javeriana

La Facultad de Comunicación y Lenguaje ofrece el programa de pregrado en Comunicación Social. Según la página web, la universidad entiende la comunicación como "un fenómeno sociocultural, estético, narrativo, transmedia, creativo y lingüístico". Cuenta con un plan de estudios flexible, que parte de 3 ciclos de formación: ciclo 1: "Asignaturas de enfoque teórico y práctico necesarias para iniciar la definición del perfil profesional", ciclo 2: "Pasantía, asignaturas

electivas y complementarias. Énfasis: periodismo, organizacional, editorial, audiovisual, radio, publicidad" y ciclo 3: "Trabajo de grado y práctica profesional".

Las asignaturas, en ese sentido, del ciclo 1 comprenden: Historia Social de la Comunicación, Historia Comunicación y Masas, Teorías Actuales de Comunicación, Técnicas Audiovisuales de Comunicación, entre otras. Dentro del ciclo 2, se plantean los siguientes ejes, de los cuales es necesario cursar entre 6 y 9 créditos de todos los ejes: Seminario de Comunicación, Estética, Investigación, Filosofía, Ciencias Sociales; igualmente, se plantean materias alrededor de campos profesionales: Comunicación Audiovisual (Teorías audiovisuales, Escritura audiovisual, Laboratorios de Producción, Proyectos), Periodismo (Asignaturas generales, Periodismo especializado, Proyectos), Comunicación Organizacional (Ámbitos de la comunicación organizacional, Estrategias y gestión de la comunicación, Técnicas de comunicación organizacional, Laboratorios de comunicación, Proyectos), Publicidad (Laboratorio de estrategias publicitarias, Laboratorio de marketing), Editorial (Proyectos editoriales, entre otras). Estos campos se materializan con los siguientes semilleros: Subjetividad, lenguaje y poder; Discursos y prácticas de reconciliación; Lenguajes, discursos y prácticas educativos; Periodismo audiovisual; Ciencia de la información, sociedad y cultura; Descolonizando el lenguaje; Bibliométrica y evaluación científica o ubicación, género, feminismo y masculinidades e Investigación crítica de la información.

Igualmente, cuenta con las siguientes iniciativas: *Directo Bogotá* (publicación impresa y digital), *Muestra audiovisual Universitaria Ventanas* (premio a los mejores trabajos estudiantiles), *Enlázate 360* (planea y ejecuta un evento semestral de manera estratégica y con impacto local), *Ópera Prima* (muestra académica de trabajos finales de los estudiantes de primeros semestres de la carrera), laboratorios como *Centro Ático* ("Aporta a la creación e innovación

en comunicación, medios y tecnologías de la información"), *MediaLab* (laboratorio de trabajo colaborativo que propicia la investigación-creación en comunicación), *Hipermedial* (sala conformada por un espacio de producción de contenidos, set virtual y sistema de automatización de noticias).

4.3.2.3 *Universidad Central*

La carrera de Comunicación Social y Periodismo pertenece a la Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Arte. Su programa está destinado a "una comunicación y un periodismo más comprometidos política y socialmente, así como profesionales con capacidad para interpretar lo que sucede y formular nuevas narrativas que contribuyan con los cambios que se necesitan". Su plan de estudios está enfocado por ciclos: 1) de reflexión conceptual, donde se desarrollan materias interdisciplinares como epistemología, medios y acción social, narrativas visuales, lógica, construcción de lo público, entre otras; 2) de producción estética, enfocado a asignaturas como experimentaciones sonoras y visuales, ética y estética, discurso, sociedad y cultura, y 3) de diseño y experimentación, centrado en la producción de los estudiantes desde lo audiovisual, montajes, diseños y gestión de la comunicación. Sus líneas de profundización son: a) narrativas e imágenes; b) comunicación y poder y c) Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Para los espacios de socialización y divulgación cuenta con ACN y la emisora Sintopía Radio. Adicionalmente, la facultad cuenta con dos publicaciones importantes: *Nómadas* y *Hojas Universitarias*.

4.3.2.4 Universidad Externado de Colombia

La carrera de Comunicación Social forma parte de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, la cual se enfoca en la formación

alrededor de las siguientes competencias: cognitiva, comunicativa, contextual, valorativa e investigativa.

El plan de estudios está conformado por materias de fundamentación teórica (Introducción a la Comunicación, Lenguaje Escrito, Lenguaje Sonoro, Teoría de la Imagen, Estudios Culturales, etc.), de contextualización (Historia de Colombia, Instituciones Políticas, Constitucional Colombiano, Globalización de la Comunicación), comunicación organizacional (Mercadeo, Publicidad, Gestión de Redes Sociales y Plataformas, Comunicación Estratégica, Emprendimiento y Estrategias de Liderazgo).

Igualmente, cuenta con actividades complementarias como la Cátedra José de Recasens, el Encuentro Internacional de Periodismo y el Festival SmartFilms. Igualmente, el Centro de Investigación en Comunicación Política – CICP, que forma parte de la línea de investigación Comunicación Política y la línea de investigación Comunicación, Ciencia y Tecnología.

4.3.2.5 Universidad del Norte

El programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Norte pertenece a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales y se ha construido desde una perspectiva transdisciplinar que busca comprender la interacción humana comunicativa, así como el auge y desarrollo de nuevas herramientas tecnológicas de comunicación y su impacto en la estructura social (relaciones de poder, cambios culturales y la configuración de las subjetividades).

El plan curricular está compuesto por asignaturas teóricas (competencias comunicativas, teoría de la comunicación, comunicación y escritura, semiótica y comunicación, comunicación y cultura, comunicación y política, entre otras), metodológicas (técnicas de in-

vestigación en comunicación, seminario de investigación en comunicación, proyecto en comunicación organizacional, seminario de comunicación organizacional), específicas (fotografía y laboratorio, periodismo, expresión oral, realización medio audiovisual, práctica radial, análisis cinematográfico).

Según la página web, respecto a las prácticas profesionales, "Los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo durante el noveno semestre tienen la oportunidad de realizar sus prácticas profesionales en proyectos, empresas y medios de comunicación con el más alto reconocimiento regional, nacional e internacional como: CNN en Español, Univisión, Discovery Channel, Televisa México, *El Tiempo*, *El Heraldo*, Fundación Nuevo Periodismo, Caracol, RCN, City TV, Canal Capital, ECOPETROL, Cerrejón, Electricaribe, Grupo Éxito, Telefónica, entre otras".

4.3.2.6 Universidad de Antioquia

La Facultad de Comunicaciones ofrece el título de Comunicador Social - Periodista que "está orientado a la formación de profesionales de la Comunicación Social para el fortalecimiento de la democracia y la convivencia, capaces de participar en la construcción del tejido social, con liderazgo en la participación y análisis del contexto, con dominio de los lenguajes, de los espacios comunicacionales, de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías".

El programa curricular ofrece los siguientes contenidos temáticos: fundamentos en disciplinas básicas (Sociología, Psicología, Literatura, Historia, Economía, Informática e Idiomas); fundamentos específicos (Taller de Lenguaje, Taller de Escritura, Semiología General, Composición Española, Expresión Oral, entre otras); fundamentos técnicos (Radio, Medios Interactivos, Radioperiodismo, Cine, Televisión, Edición, etc.) y metodología (Investigación). Igualmente,

cuenta con el área de Comunicación Organizacional, Comunicación Audiovisual y Área de Investigación.

Igualmente, los grupos de investigación se referencian en la página web, pero no hay contenido de cuáles son.

4.3.2.7 Universidad del Valle

La carrera profesional de Comunicación Social forma parte de la Escuela de Comunicación Social. Según la página web, "las asignaturas que componen el programa académico se pueden dividir en tres franjas: una franja de talleres, una franja de fundamentación teórica e investigación y una franja de electivas complementarias". Esto indica que la mayoría del programa curricular está permeado por aprendizaje práctico, por medio de los talleres.

El plan de estudios propone las siguientes fases: ciclo de fundamentación (Escritura I, II y III, Imagen I y II, Análisis Textual I y II, Diseño Gráfico, Comunicación y Cultura, Perspectiva Histórica, Perspectiva Socioantropológica, Perspectiva Semilingüística), ciclo de profesionalización (Prensa Géneros y Lenguajes, Radio Géneros y Lenguajes, Guión I y II, Montaje I y II, Proyecto Editorial Proyecto Radiofónico, entre otras), área teórica-conceptual (Ética, Análisis Audiovisual I y II, Políticas de Comunicación y Cultura, entre otras) y área de investigación (Investigación en Comunicación I, II y III, Proyectos I y II).

Por su parte, las electivas profesionales que se ofrecen están orientadas a los Lenguajes Mediáticos, al Análisis de Procesos Culturales, al tema Comunidades, Política y Educación, entre otras. Además, cuenta con la revista *Nexus* y la publicación *Ciudad Vaga*, con el grupo estudiantil Oír Más Radio, así como con el Laboratorio HiperLab - Laboratorio Hipermedia. Igualmente, cuenta con los gru-

pos de investigación Palo de Mango: Culturas Musicales urbanas de la Diáspora Afrolatina, el grupo Caligari: Investigación en Sonido, Imagen y Escritura Audiovisual y el grupo Periodismo e Información.

4.3.2.8 Universidad del Tolima

En la Universidad del Tolima, la Facultad de Comunicación Social y Periodismo tiene como intención "formar un profesional de la comunicación social-periodismo, con una sólida fundamentación teórico-práctica, tanto en las teorías de la comunicación y la cultura como en el trabajo con las comunidades y el ejercicio ético del periodismo".

El plan curricular está dividido en tres etapas de formación: 1) formación básica y humanística (la cual consta de asignaturas de contextualización como Historia de Colombia, Literatura y Formación Humana, Comunicación para la Comunidad, Problemas Económicos, Problemas Políticos, Constitución Política, entre otras), dentro de la cual también se encuentran materias metodológicas (Epistemología de la Investigación, Investigación I y II, Diseño de Investigación, etc.); 2) formación disciplinar (de acuerdo a la teoría, asignaturas como Comunicación y Opinión Pública, Convergencias Comunicativas, Teorías Clásicas de la Comunicación, Nuevas Teorías de la Comunicación, Teoría Latinoamericana de la Comunicación, etc.), 3) formación profesional (la cual consta de materias prácticas como Teoría y Práctica del Lenguaje, Diseño Sonoro, Guion Audiovisual, Realización Documental, Narrativas Periodísticas Televisivas, Narrativas Radiofónicas, Comunicación y Educación, Comunicación para la Paz, por ejemplo).

Fundación Universitaria Compensar

La Facultad de Comunicación de la Fundación Universitaria Compensar ofrece la carrera profesional de Comunicación Social sola-

mente para el pregrado en Bogotá. Según la página web, su intención es formar profesionales egresados que sean capaces de "interpretar, analizar y traducir las necesidades comunicativas de los contextos en los que se encuentra, con visión crítica y en prospectiva, para llegar a proponer planes y proyectos dirigidos a la formulación de soluciones, transformaciones e innovaciones, a partir de la creación, gestión y posicionamiento de contenidos digitales y el desarrollo de procesos de comunicación, en los sectores de medios, empresariales y sociales del país".

El plan de estudios está definido por cuatro (4) núcleos temáticos: 1) lenguajes y narrativas, 2) desarrollos creativos y tecnológicos, 3) contextos y fundamentación teórica y 4) procesos comunicativos para las organizaciones. El primero se enfoca en materias relacionadas con los distintos lenguajes comunicativos (Fotografía y Realidad, Locución y Producción Sonora, Creación Audiovisual, Storytelling, Géneros Periodísticos, etc.); el segundo ofrece asignaturas de diseño (Diseño Básico, Diseño Digital, Diseño Web); el tercero busca fundamentar disciplinas básicas y de profundización de la disciplina (Comunicación Medios y Poderes, Teoría de la Comunicación, Semiótica y Cultura, Ecología de los Medios, Semiótica, Diseño y Evaluación de Proyectos Sociales); finalmente, el cuarto núcleo se refiere a estrategia, planeación y gestión organizacional (Comunicación Organizacional, Gestión de la Comunicación, Eventos y Protocolos, Posicionamiento de Marca, etc.).

Finalmente, ofrece materias de un componente transversal: Constitución, Paz y Democracia, Lectura e Interpretación de Textos, Investigación Cualitativa y Cuantitativa, entre otras, y del Componente empresarial, Competencias Blandas, Desarrollo Humano y Competencia Profesional, Innovación e Intraemprendimiento, por ejemplo.

Comunicación, narrativas y prácticas sociales

En este panorama, la línea *Comunicación, medios y prácticas sociales* de Fundación Universitaria Compensar puede modificarse de la siguiente manera:

Permanecería la palabra *comunicación* en tanto se comprende como un campo[27] de conocimiento con características de lo trans e interdisciplinar de las ciencias sociales. En consideración a Bourdieu (2002, pp. 119-126), todo campo intelectual es un campo de juego en donde se disputan unas reglas de legitimidad que son impuestas por unos actores, los cuales deben dar cuenta de un *habitus* del campo. Se contempla además como campo gracias a la apertura de las ciencias sociales (Wallerstein, 2011) y que se ve reflejado en los ciclos y las etapas que se presentan en los múltiples programas y carreras de Comunicación Social. El primer paso para la consolidación de estos ha sido una formación en las disciplinas de las ciencias sociales como la antropología, sociología, psicología, lingüística, semiótica y otras. Comunicación como campo, desde Torrico (2004, p 20), implica considerar tres condiciones: sus objetos de conocimiento desde lo multidimensional, su sociabilidad y las discusiones teóricas y epistemológicas.

Se sustituiría la palabra *medios* por *narrativas*, no solo como manera de nombrar, sino también de la perspectiva frente al campo de la comunicación. Pensar la palabra *medios* convoca a los aparatos, por lo tanto, a un trabajo instrumental. Sin embargo, en la mirada que se ha dado a las instituciones latinoamericanas, los lenguajes, los discursos y las narrativas tienen un lugar primordial en las carreras o programas. Esto nos ubicaría como Universidad a dejar de

[27] La noción de campo se desarrollará más completamente desde Pierre Bourdieu en anexos posteriores a este documento, junto con la propuesta de Erick Torrico.

pensar los medios como simple aparatos y a considerar las disputas y tensiones del contar con los lenguajes, entendiéndoles como escritos, sonoros o visuales. El desubicar el medio y centrar los lenguajes implica una apuesta por la composición, lo estético y las producciones de sentido.

Respecto a *práctica sociales*, permanecería en el nombre de la línea, pues se considera y se retoma la perspectiva del enfoque de trabajo con las organizaciones, grupos sociales y el aporte de la comunicación educación, prioritaria en Brasil.

En este orden, renombrar la línea pone en cuestión los subtemas que de ella se derivan. Subtemas actuales:

- Comunicación organizacional
- Comunicación digital, redes sociales y narrativas
- Medios de comunicación
- Comunicación y procesos sociales
- Construcción de memoria y nuevas narrativas

Se considera pertinente cerrar los subtemas a tres grandes grupos que recojan los intereses de la institución, así como reconocer el aporte que se hizo desde el documento maestro. Las sublíneas se desarrollarían así:

1. Comunicación en las organizaciones

Es importante para Fundación Universitaria Compensar establecer vínculos universidad-empresa. Por tanto, bajo la perspectiva de la comunicación organizacional, damos un giro en la manera de nombrar para pensar lo empresarial más allá de un orden productivo y contemplar la preposición *en* organizaciones, ya que abarca más de un tipo de asociación o colectivo. La apertura de la comu-

nicación como campo abre las fronteras y permite abordar nuevos procesos propios de la carrera.

2. Campo de la comunicación y subjetividades

Asumir la noción de comunicación como campo implica que, como institución de educación superior, se genere y gestione la producción de conocimiento alrededor de las prácticas pedagógicas, proyectos de investigación y proyección social. De manera que, al nombrar este subtema, se reconoce que la formación de los profesionales en este campo tenga herramientas para problematizar sus realidades y proponer soluciones desde el conocimiento y la praxis. Este subtema además recoge la noción de *subjetividades*, pues permite a la carrera dar cuenta de unos actores con/a/para quienes se desarrolla el proceso de la comunicación.

3. Lenguajes, producción y narrativas

Si bien se ha mencionado que el cambio de medios a narrativas responde a un orden de no instrumentalizar la comunicación, es necesario que un subtema aborde esta no instrumentalización. Así, lo visual, sonoro, escrito, experimental, tecnológico y otros lenguajes se convierten en la preocupación central por reflexionar desde lo teórico y lo práctico.

Referencias bibliográficas

Bourdieu, P. (2002). “Algunas propiedades de los campos”. En *Campo de poder, campo intelectual* (n. a.), Editorial Montesor, pp. 119-126.

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) & Organización de las Naciones Unidas para la Edu-

cación, la Ciencias y la Cultura (Unesco) (2009). *Informe final del proyecto: mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe*. Lima, Felafacs–Unesco.

Torrico, E. (2004) "Capítulo 1: un campo (inter)disciplinario" En *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá, Grupo Editorial Norma, pp. 15-28.

Wallerstein, I. & Cubides, F. (traductor) (1996). "Abrir las ciencias sociales". *Revista Colombiana de Educación*, (32). https://doi.org/10.17227/01203916.7759

Webgrafía

Universidad de Buenos Aires. http://www.uba.ar/download/academicos/o_academica/carreras/lic-cscomunicacionsocial.pdf

Universidad de Palermo. https://www.palermo.edu/cienciassociales/periodismo/index.html

Universidad de La Plata. https://unlp.edu.ar/carreras_de_grado

Pontificia Universidad Católica de Chile. http://comunicaciones.uc.cl/

Universidad de Chile. https://portaluchile.uchile.cl/carreras/5025/periodismo

Universidad Nacional Autónoma de México. http://oferta.unam.mx/ciencias-de-la-comunicacion.html

Universidad Autónoma de Nuevo León. https://www.uanl.mx/oferta/licenciado-en-ciencias-de-la-comunicacion/

Universidad de Sao Paulo. https://www5.usp.br/ensino/graduacao/

Universidad Federal do Rio Grande du Sul. www.ufrgs.br/ufrgs/ensino/graduacao/cursos/exibeCurso?cod_curso=1489

Universidad Minas de Gerais. https://www.pucminas.br/unidade/pocos-de-caldas/ensino/graduacao/Paginas/Comunicacao-Social-Publicidade-e-Propaganda.aspx?moda=2&curso=194&local=-

d415bd18-535b-4ab6-9d3b-702d3005abe8
Universidad Católica Boliviana. https://www.ucbcba.edu.bo/depto-cs-sociales-y-humanas/comunicacion-social/
Universidad Privada Boliviana. https://www.upb.edu/es/lic_comunicacion_cochabamba
Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra. https://www.upsa.edu.bo/es/carreras-facultad-de-humanidades-y-comunicacion/comunicacion-estrategica
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. https://letras.unmsm.edu.pe/comunicacion-social/
Universidad de Lima. http://www.ulima.edu.pe/pregrado/comunicacion
Universidad de San Agustín de Arequipa. http://fpsrriicc.unsa.edu.pe/ciecomunicacion/competencias-de-la-carrera/
Uninpahu. https://www.uninpahu.edu.co/programas-academicos/facultad-de-comunicacion-informacion-y-lenguaje/comunicacion-social-y-periodismo/
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN) https://cun.edu.co/carreras/comunicacion-social/