

La construcción de ese proyecto de nación (hasta ahora inconcluso), con la suficiente capacidad de inspiración y movilización, es lo que determinará el tipo de ciudadanos, instituciones y organizaciones responsables de la reconstrucción tanto del actual tejido como de la interacción social.

En otras palabras, *nuestro desafío es la construcción de una sociedad identificada con una visión positiva del futuro y con la capacidad de construir un verdadero estado social de derecho*³

La formación universitaria contemporánea trasciende el proceso de adquisición de habilidades y el desarrollo de destrezas que capacitan para el ejercicio profesional, con el ánimo de lograr la formación de ciudadanos éticos, responsables y personas humanamente íntegras.

La investigación realizada por el Instituto Andrés Bello sobre los jóvenes en nuestra región, revela una dramática percepción por parte de este importante segmento de la población en América Latina, ya que no existe claridad sobre los propósitos establecidos hacia

el futuro debido a que, si bien, la familia es vista como el espacio de aprendizaje de valores, ésta no representa un lugar cómodo para fortalecer su espíritu hacia lo trascendente.

Así mismo, Estado y sociedad civil son actores distantes caracterizados por la ineptitud y la corrupción. Igual situación ocurre con los medios de comunicación, los cuales son apreciados como actores con baja responsabilidad social.

De tal suerte que para los jóvenes, los espacios válidos para su crecimiento y desarrollo personal están referidos a aquellos lugares destinados al encuentro con sus congéneres.

La anterior percepción corresponde al segmento de la población juvenil cuya condición social se circunscribe a la de menores ingresos económicos, población que en nuestro país representa un amplio componente de la franja mayoritaria (60%) que se encuentra por debajo de la línea de pobreza.

Esta última realidad se ve afectada por fenómenos como la Globalización e Internacionalización, ya que la “brecha” entre quienes cuentan con los medios suficientes para acceder a la educación superior y quienes deben postergar la ampliación de su proceso de formación y ascenso en la escala de valores de la sociedad, es cada vez más amplia.

Algunos análisis sobre las tendencias del desarrollo mundial ofrecen cifras poco alentadoras en este panorama crítico:

“En la década del 60, el 20% de los países ricos del mundo poseían el 70% del ingreso mundial. En la década del 90 esta posesión ascendió al 85%.

³Aldana, Eduardo. En *Hacia una agenda de transformación de la educación superior*, Bogotá, Ministerio de Educación Nacional-ICFES, 1997, p. 61.

*Por su parte, los países más pobres contaron con un ingreso que disminuyó del 2,3% al 1,4% durante la misma época*⁴.

Así mismo, el conocimiento está determinado por los adecuados niveles logrados en la producción del mismo. Sin embargo, las cifras de nuevo son desalentadoras:

*“En los países más pobres la economía gira mayoritariamente en torno a la agricultura (sector primario) con un 48%; por su parte, en los países desarrollados la economía está orientada hacia el sector terciario (servicios) con un 60%. Sin mencionar que el ingreso per cápita en ambos grupos de países oscila entre US\$300 y US\$ 910 (países pobres) frente a una variación entre los US\$17230 y US\$25390 (países desarrollados)”*⁵.

Igualmente, las diferentes dinámicas de transformación en el mundo han conformado una realidad o contexto para la educación superior caracterizado por *la globalización, la revolución científico tecnológica, la internacionalización de los servicios del conocimiento especializado y los niveles de acceso a la información en lo que se ha denominado como el ciberespacio*⁶.

Los anteriores elementos determinan que la actividad pública del servicio educativo debe contribuir al fortalecimiento del proceso orientado hacia la construcción de un proyecto de país sostenible, productivo y emprendedor mediante una adecuada *gerencia del conocimiento* inspirada en criterios de calidad, equidad y pertinencia como horizonte de sentido para la actividad institucional universitaria y contribución a la disminución de las inequidades sociales.

En el contexto mencionado, la Facultad de Comunicación Social–Periodismo ha venido consolidando su proceso de renovación mediante la implementación de un conjunto de políticas de desarrollo estratégico con el fin de incrementar la calidad y la pertinencia.

Calidad y pertinencia curricular

Durante el último período, la Facultad se ha inspirado en dos conceptos importantes para su desarrollo académico:

Calidad. El concepto de calidad para la prestación del servicio público educativo propuesto por el Consejo Nacional de Acreditación alude a la síntesis de las características que permiten reconocer a un programa académico y hacer un juicio sobre la distancia relativa entre éste y un óptimo deseable. Por su parte, la *pertinencia* es comprendida como la *capacidad de respuesta frente a las necesidades del entorno*.

Estos dos referentes han motivado la superación de la actividad instrumental mediante la implementación de un conjunto de acciones que tienen como orientación el desarrollo estratégico y trascendente del programa académico.

De esta manera, el currículum de la Facultad, visto como un macro proceso formativo, ha sido expuesto a un severo proceso de ajuste de la siguiente manera:

1. *Ajuste al plan de estudios.* La actual estructura del plan de estudios conformada por tres ciclos: uno básico y dos avanzados o profesionales, fue afectada positivamente para darle una mayor identidad intelectual y coherencia a la formación de renovados

⁴Mójica, Francisco José, *Análisis del siglo XXI*, Editorial Alfaomega, 1998, p. 176.

⁵Op. Cit., p. 177.

⁶Mójica, Francisco José, Op. Cit., p. 179.

comunicadores sociales. El ciclo básico permite, hoy día, que el estudiante reconozca el papel de la comunicación en el contexto social para integrarse tempranamente a ejercicios de experimentación académica sobre su incidencia profesional.

Consecuentemente, se incrementó el reconocimiento de los problemas sociales, económicos y culturales mediante la adecuación de los contenidos de las diferentes asignaturas del área de contextualización. La ética por su parte se convirtió en el referente obligado para la formación en los ciclos profesionales.

2. *Perfiles.* La identificación clara y precisa sobre los componentes académicos e intelectuales de los aspirantes, ha permitido el incremento de su vocación profesional así como establecer los aspectos de intervención pedagógica, ya que el desarrollo de competencias comunicativas garantiza que el estudiante realice una adecuada aproximación a la construcción de su proyecto de vida profesional.

3. *Proyecto de vida profesional.* El estudiante realiza un conjunto de exploraciones a las alternativas académicas ofrecidas por la Facultad con el fin de establecer un horizonte de sentido para su proceso formativo del cual debe dar cuenta de manera pertinente.

Esta experiencia ha permitido que un significativo grupo de estudiantes pueda explicitar el tipo de profesional que aspiran ser y determinar, tanto temporal como espacialmente, los ámbitos de incidencia para su desempeño comunicativo.

4. *Comunidad académica.* Una vez reconocida el tipo de experiencia académica en que estará involucrado, el estudiante tiene la posibilidad de reconocerse como miembro de una comunidad en continua renovación

y actualización. Comunidad en la que desempeña un papel vital la adecuada orientación de sus profesores quienes han permitido que los estudiantes fortalezcan, canalicen y ajusten sus expectativas intelectuales.

En esta perspectiva, la planta docente está constituida por un 82.9% la modalidad de hora cátedra y un 17% vinculados de planta en tiempo completo.

Así mismo, la edad predominante de nuestro docente, oscila entre 23 y 40 años (57.4%) y la formación en el nivel de Postgrados asciende a 71%, siendo mayoritario el de especialización (38%) seguido, cercanamente, por las Maestrías (34%) y, un pequeño pero significativo grupo, en el nivel de doctorado (4%).

5. *Investigación formativa.* Los estudiantes han venido realizando un conjunto de aproximaciones pedagógicas que les permiten participar del proceso de construcción de un conocimiento nuevo en coherencia con su proyecto de vida. De esta manera han in-

- En el contexto mencionado, la Facultad de Comunicación Social-Periodismo ha venido consolidando su proceso de renovación mediante la implementación de un conjunto de políticas de desarrollo estratégico con el fin de incrementar la calidad y la pertinencia.

corporado a su experiencia intelectual las técnicas y metodologías propias de la investigación formativa como antesala para su inserción en la próxima constitución de grupos de investigación consistentes con los ámbitos establecidos para tal fin.

6. *Prácticas profesionales.* Los ejercicios de intervención académica en el contexto profesional han sido fortalecidos a partir de un mayor seguimiento a la actividad de los estudiantes orientada mediante un plan de acciones evaluables y visibles en el entorno comunicativo.
7. *Egresados.* Durante el último período se ha realizado un seguimiento al desempeño de los egresados con el fin de determinar su incidencia efectiva en el entorno profesional. Una primera etapa ha consistido en el establecimiento de una base de datos de permanente actualización. La siguiente fase recopilará y sistematizará la opinión de sus empleadores sobre el desempeño de los mismos.
8. *Renovación del equipamiento tecnológico.* Los recursos técnicos y tecnológicos han sido expuestos a un proceso de renovación con el fin de fortalecer la formación de nuestros comunicadores sociales. De tal suerte que el desarrollo de destrezas y habilidades de los estudiantes, en este aspecto, ha permitido fortalecer el adecuado tratamiento de los conceptos propios del campo comunicativo.
9. *Imagen académica.* Durante el último período se ha incrementado el posicionamiento y la referenciación de la Facultad, ya que su actividad académica es reconocida hoy día por la pertinencia y el adecuado nivel de desempeño de nuestros estudiantes y egresados a partir de un mayor sentido de pertenencia académica.

En otras palabras, la propuesta de una *Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales* aspira a dar respuesta a uno de los componentes de la misión de la universidad contribuyendo a la formación de *individuos críticos, creativos, sensibles y con un alto sentido de ciudadanía.*

Acreditación, proyecto académico y gestión de calidad

La implementación y desarrollo de las anteriores acciones emergentes, ha permitido la consolidación de un consistente espectro conceptual para el diseño de un nuevo proyecto académico con miras a la acreditación, al establecimiento de un nuevo proyecto académico y a la expedición de un plan de desarrollo quinquenal.

La acreditación de programas académicos es comprendida como el medio para incrementar la calidad y pertinencia en la organización de una experiencia de formación académica, intelectual y profesional.

De esta forma, nuestra finalidad es más que la certificación de calidad. Nuestra gestión se orienta hacia la inserción y el incremento del impacto de los egresados en el desarrollo de la ciudad y del país.

Por lo tanto, y teniendo como referente de inspiración el Proyecto Educativo Institucional, la actual Facultad está siendo expuesta a una profunda renovación para que su campo de acción académica trascienda la comunicación pero manteniendo la formación de nuevos comunicadores sociales. En otras palabras, la propuesta de una *Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales* aspira a dar respuesta a uno de los componentes de la misión de la universidad para contribuir a la formación de *individuos críticos, creativos, sensibles y con un alto sentido de ciudadanía*.

El actual proceso de análisis que cuenta con la participación de nuestro grupo de coordinadores y profesores, permitirá en breve determinar el estado del arte sobre los estudios en comunicación y ciencias sociales para integrarlos con las demandas de la sociedad contemporánea en estos campos del conocimiento y diseñar el tipo de oferta educativa que esta nueva Facultad deberá presentar para la formación de una generación comprometida *con un proyecto de país ecológicamente viable, productivo, democrático, plural y solidario, afianzado en su identidad latinoamericana*.

Nuestro proyecto académico es una propuesta intelectual en donde el pensamiento se vincula con el lenguaje para incidir en la realidad mediante un *saber hacer en contexto*. Este saber hacer le debe permitir a los futuros egresados, implementar las estrategias incorporadas en un proyecto de vida previamente construido durante la experiencia educativa reconociendo nuevos ámbitos para el ejercicio de las profesiones con espíritu emprendedor.

El egresado debe tener las condiciones mínimas necesarias para reconocer el tipo de ciudad y de país en que habita para ser agente

de cambio. Por ello, la comprensión de la realidad y el adecuado uso de las tecnologías de la información le deben permitir participar de la transformación de la realidad para consolidar un proyecto de nación que movilice a sus diferentes comunidades.

En este contexto, nuestra actividad académica está referida a la consolidación de una cultura de la planeación y evaluación asociada al desarrollo de proyectos. La añeja concepción que diferenciaba *lo académico* de *lo administrativo* debe dar espacio a la concepción contemporánea de *gestión del conocimiento* en donde cada agente formativo debe ser un referente para el crecimiento y dar cuenta por la adecuada obtención y regulación de recursos destinados al desarrollo del programa académico.

En síntesis, algunos de los referentes para el rediseño de la Facultad se inspiran en *el desarrollo de competencias comunicativas, la formación integral para un espíritu emprendedor, así como la búsqueda de la trascendencia y el ejercicio de un liderazgo social renovado*.

Finalmente, es necesario anotar que el camino recorrido hasta ahora por el grupo directivo de la Facultad ha tenido consistencia debido a la adecuada implementación de los principios fundacionales de la Universidad, el visionario liderazgo de su dirección y la experiencia acumulada durante los más de tres lustros de actividad académica.

Lo anterior permite afirmar que el devenir estará mediado por un mayor y mejor reconocimiento de nuestra universidad, a partir de la adecuada incidencia de una generación de profesionales comprometidos con el desarrollo del país.

bojas Universitarias.....

Publicidad reafirma su posicionamiento

Jesús Valencia Sánchez
*Decano
Facultad de Publicidad
Universidad Central*

Abordar el pasado, presente y futuro de la Facultad de Publicidad, es penetrar en los orígenes, desarrollo y proyección de nuestra Alma Mater. El haber compartido con la Facultad de Contaduría la fundación de la Universidad y durante 35 años vibrar al unísono con el día a día académico, contar en la actualidad con 70 docentes, más de 1.000 estudiantes en sus dos jornadas y haber entregado al país 2300 egresados en las modalidades tecnológica y profesional, son su razón de ser.

El programa, dentro de la modalidad técnica, se inició en 1966 y entre sus objetivos particulares se afirmaba la tendencia a “encarar con éxito el proceso enseñanza-aprendizaje, dentro de la metodología, aprender-haciendo, para lograr desarrollar una serie de habilidades en el alumno que al final son evaluadas por su conducta terminal, complementada con una visión humanística de los procesos donde el hombre es su comienzo y su final”.(1)

Corría la década de los años 70, época de un despertar universitario, influenciado por los movimientos estudiantiles europeos que buscaban el rompimiento en todos los órdenes. La publicidad como profesión, insertada en una sociedad que daba sus primeras muestras de altos niveles de consumo en bienes y servicios, comenzaba a sentir la necesidad de abandonar los viejos esquemas de anunciar, de estudiar más a fondo al consumidor, al igual que estructurar mensajes con códigos más sutiles, buscando a través de la persuasión

cautivar al comprador. Es en este intrincado proceso, en donde se requiere la presencia de un publicista formado, ya no sólo con las herramientas técnicas de diseño, mercadeo, producción gráfica y audiovisual, sino con un perfil profesional más estructurado.

Es así como a partir de 1975, por medio del acuerdo 189 del ICFES, se asciende de un título de Técnico en Publicidad y Ventas, al de Tecnólogo en Publicidad y Comercialización. El programa fue considerado por el organismo gubernamental como piloto en el país, dada la estructura de su plan de estudios y los objetivos que trazaba tanto en lo profesional como en lo ocupacional, acordes con la sofisticación y el desarrollo de los mercados, la segmentación de la demanda, la competencia, la elevación del nivel cultural y el incremento de los ingresos de los consumidores, el desarrollo y evolución tecnológica de los medios de comunicación, la aparición de nuevas agencias de publicidad y, en general, los cambios acelerados que vivió la sociedad colombiana en ésta década.

El decidido apoyo de las directivas del claustro, permitió que la Facultad contara con una nómina de docentes vinculados en su mayoría al sector de las comunicaciones y la publicidad, logrando consolidar un equipo que posicionó el programa en un nivel muy alto, del cual egresaron promociones y destacados profesionales que hoy ocupan cargos directivos en las áreas creativa, de producción y de medios.