



### Síntesis:

En el presente ensayo se da a conocer un estudio sobre los programas de Comunicación para el desarrollo en Colombia. El ensayo comienza reconociendo cuáles son las características de los diseños curriculares en América Latina. Luego, el trabajo se concentra en la comparación de los elementos más importantes de los programas de estudio de diez carreras universitarias que cuentan con características similares y que hacen parte de esta perspectiva de la comunicación, como son los objetivos de formación, los perfiles, el público al que está dirigido, las características de los diseños y los énfasis posibles. Al final del estudio se presenta una propuesta que consta de seis puntos y que busca la transformación no sólo de los diseños curriculares de esta naturaleza, sino de la formación de los comunicadores sociales – periodistas en nuestro medio.

**Palabras clave:** Diseños curriculares, comunicación para el desarrollo, participación, integralidad, perfiles, objetivos.

### Synthesis:

In this essay has released a study on communication programs for development in Colombia. The essay begins by acknowledging what are the characteristics of the curricula in Latin America. Then the paper focuses on the comparison of the most important elements of the curriculum of ten college careers that have similar characteristics and are part of the perspective of communication, such as training objectives, profiles, public it is addressed, the characteristics of possible designs and emphases. At the end of the study is a proposal which has six points and that seeks to transform not only the curricula of this nature, but the training of media workers - journalists in our midst.

**Key Words:** Curriculum design, development communication, participation, integrity, profiles, goals.

# Diagnóstico de los diseños curriculares de los programas profesionales en comunicación social y periodismo con énfasis en comunicación y desarrollo

César Augusto Rocha.

Comunicador Social-Periodista, Magíster en Comunicación  
Director Programa Comunicación Social-Periodismo UNIMINUTO

e-mail: ceroto@hotmail.com

Fecha de recepción: 11-09-2010

Fecha de aprobación: 20-11-2010

## Presentación

**El presente documento se divide en tres partes. La primera presenta una visión** general de los diseños curriculares de los programas en comunicación social y periodismo en América Latina, tomando como base los

diagnósticos realizados por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación FELAFACS (2008), y los de uno de los investigadores más reconocidos en el campo, como es Raúl Fuentes Navarro.

En esta primera parte se dan a conocer los problemas y las virtudes de los proyectos curriculares latinoamericanos, haciendo hincapié en cuáles son las razones por las cuales se asumen ciertas posturas estructurales en cuanto a los programas de comunicación.

La segunda parte de este texto se enmarca en el contexto colombiano. Aquí se dan a conocer el número y el tipo de programas existentes en nuestro país. Pero también el acuerdo al que se ha llegado en cuanto a los proyectos curriculares, sus componentes y características.

La tercera parte es el centro de este trabajo, se concentra en un análisis de los proyectos curriculares de los programas colombianos que han hecho una apuesta por la comunicación y el desarrollo. En este apartado se presentan las especificidades de cada uno de los programas, los objetivos que persiguen, el perfil profesional por el que abogan y en general las características más importantes de los diseños curriculares.

Este análisis se cristaliza en cuatro grandes puntos que recogen las virtudes y las deficiencias de este tipo de proyectos académicos que han optado por una línea similar a la que trabaja el programa profesional en Comunicación Social – Periodismo de UNIMINUTO. Al final se presentan unos retos que quedan de este análisis.

## **Los diseños curriculares en comunicación social y periodismo en América Latina**

A lo largo del tiempo, pero especialmente desde finales de los años sesenta hasta principios de los años noventa,

diferentes instituciones han realizado diversos estudios para diagnosticar el estado de los proyectos curriculares de los programas de Comunicación Social y Periodismo en América Latina.

Raúl Fuentes Navarro recoge en su libro “Diseño curricular para las escuelas de comunicación” diferentes diagnósticos sobre el estado de los proyectos curriculares en esta parte del mundo. Uno de ellos es el elaborado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, que en 1985 decía:

“Abordar la problemática de las escuelas o Facultades de Comunicación en América Latina implica partir, antes que todo, de su inserción dentro de una sociedad o contexto global, lo que convierte su definición académica en una mediación de las necesidades sociales. En este sentido, lo que se plantea es la necesidad de revisar el tipo de integración que se produce entre la Universidad y su contexto, integración que ha dejado fuera los conflictos sociales, el desarrollo tecnológico, la diversidad de “matrices culturales” desde donde se producen y consumen los productos comunicativos, e inclusive el paulatino abandono que se ha operado en la mentalidad universitaria, de la necesidad de la reflexión sobre los formatos y lenguajes que operan en la industria cultural.

En el caso de los pregrados, el trabajo debe ser pensado desde el “sistema comunicacional”, entendido como referente histórico, pero recuperando otros usos diferentes a los establecidos. La formación en los pregrados debe proporcionar al estudiante un conocimiento de cómo funcionan los medios como resultado de un modelo configurado históricamente. En



# Desarrollo

este proceso de reconocimiento, el estudiante deberá asumir la existencia de otros procesos de comunicación que se gestan en otros ámbitos y niveles y que no se agotan en su relación con el sistema comunicacional hegemónico<sup>1</sup>.

Esta percepción de FELAFACS coincide con la de Fuentes Navarro, quien asegura que existe una crisis en los programas de comunicación social. Esta crisis posee varias aristas. La primera es la oscilación de dos tendencias: los “teoricistas”, que buscan formar intelectuales de la comunicación, y los “pragmáticos” que quieren formar trabajadores de medios. La segunda es la ineficacia de los esquemas pedagógicos que fragmentan el conocimiento. La tercera es la falta de formación de los docentes de los programas y Facultades de Comunicación. La cuarta es el distanciamiento con la “vida real” de la práctica profesional. Y la quinta, es el desconocimiento de la importancia de la investigación comunicacional.

De tal forma que, según Fuentes, las universidades han optado por asumir las siguientes posturas curriculares:

1. “Asumen y justifican la atención a estas necesidades del sistema, la mayor parte de las veces con base en una concepción reduccionista del ajuste al mercado de trabajo.
2. Asumen implícitamente la misma postura pero declaran una orientación transformadora del sistema con base en una formación “humanista” que incide sobre el contenido y la forma de los mensajes.
3. Ignoran toda implicación ideológico-política y consideran a la carrera como un programa

neutral de adiestramiento técnico-cultural, cuya dimensión ética concierne sólo al individuo que se capacita.

4. Amplían el campo de acción profesional hacia otros ámbitos no masivos relacionados con las mismas funciones económico-políticas, como el de la comunicación interna y externa de las organizaciones públicas y privadas.
5. Rechazan la validez y legitimidad de tales necesidades y declaran como orientación el análisis crítico y una elaboración teórico-práctica que oponga alternativas a las prácticas imperantes en la sociedad.
6. Diversifican, desde la ampliación conceptual del objeto de estudio o desde la orientación hacia ámbitos de acción no tradicionales, el campo de competencia de la profesión<sup>2</sup>.

Este diagnóstico que hizo Fuentes Navarro en 1991 parece que aún se mantiene por lo que se ha expresado en los últimos congresos de FELAFACS. Lo anterior implica que es necesario construir proyectos curriculares menos “mosaicos” y más coherentes con los contextos sociopolíticos locales, nacionales y continentales.

Los currículos deben asumir el contexto, entendido como “enfocar la profesión de acuerdo con las necesidades de la sociedad y no del mercado de trabajo tradicionalmente establecido<sup>3</sup>. Es necesario entonces que los programas de comunicación social y periodismo cuenten con los saberes sociales para que en consonancia con los saberes profesionales, se construyan proyectos curriculares pertinentes y coherentes.

---

<sup>1</sup> FUENTES NAVARRO, Raúl. Diseño curricular para las escuelas de comunicación. México: Editorial Trillas. 1991, pág., 183.

---

<sup>2</sup> Ibid, pág. 54.

<sup>3</sup> Ibid, pág 59.

## Los programas de Comunicación Social y Periodismo en Colombia

En nuestro país existen cuarenta y ocho instituciones de Educación Superior que ofrecen 72 programas de Comunicación Social y Periodismo y de medios, de diferentes niveles (pregrado, especializaciones y maestrías). Existen también 17 instituciones técnicas y tecnológicas que cuentan con programas de locución y producción de radio y televisión.

El mayor número de programas se concentra en Bogotá (18), Medellín (12), Cali (4), Bucaramanga (3), Cartagena (3), Neiva (3), Barranquilla (2), Santa Marta (2) y Montería (2), y existe un proyecto académico de este tipo en Armenia, Girardot, Ibagué, Manizales, Palmira, Pamplona, Pasto, Pereira, Popayán, Sincelejo, Tunja y Villavicencio y doce sedes más del Programa de Comunicación Social Comunitaria de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). De estas Universidades solo diez son de carácter público y el resto son privadas<sup>4</sup>.

Los programas profesionales en Comunicación en Colombia poseen diferentes énfasis, como en: a) comunicación empresarial u organizacional, b) producción de medios audiovisuales, c) comunicación y publicidad, d) comunicación y educación, e) productores de medios f) comunicación social – periodismo, y g) comunicación y producción editorial.

Los planes de estudio en Comunicación e Información se estructuran en dos grandes núcleos, que quedaron explícitos en los decretos 937 de mayo de 2002

---

<sup>4</sup>Cfr. Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación e Información, AFACOM. Proyecto para el diseño y la elaboración de los Exámenes de Calidad de la Educación Superior – ECAES para los programas de Comunicación e Información 2004 – 2005. Bogotá: AFACOM y Externado, 2006.

y 2566 de septiembre de 2003 del Ministerio de Educación Nacional. Uno de ellos es el área de Formación Básica, “que incluye los conocimientos y prácticas necesarias para la fundamentación del campo de la comunicación y su relación con otras disciplinas. Constituyen experiencias y actividades de enseñanza y aprendizaje que posibilitan al estudiante la apropiación de conocimientos y conceptos básicos, así como de competencias y destrezas que definen de manera específica y esencial la formación en una disciplina o profesión y le permiten al egresado ser reconocido como miembro de la respectiva comunidad académica o profesional”, así lo expresa el decreto. Esta área comprende la formación sociohumanística y la fundamentación conceptual.

Y el otro es el área de Formación Específica o Profesional, en el decreto se anota que está relacionada con “la aplicación y apropiación de conocimientos en un campo o énfasis específico, dentro de la misma área de conocimiento de la carrera que cursa el estudiante, lo que le permite profundizar en el conocimiento y el desarrollo de habilidades y destrezas en una actividad específica del ejercicio profesional del Comunicador Social o del Periodista. Comprende, a su vez, la formación en cuatro sub-áreas: manejo de expresión, investigación, gestión y manejo del recurso tecnológico”.

Como se notará, estas mismas áreas se convirtieron en los componentes que fueron evaluados en el proyecto ECAES. Estas dos grandes áreas y sus sub-áreas deben estar incluidas en todos los diseños curriculares de Comunicación Social y Periodismo, porque así quedó establecido por el Ministerio de Educación, gracias al acuerdo realizado por las Facultades adscritas a AFACOM.



# Desarrollo



## Programas de Comunicación para el Desarrollo

Los programas de comunicación para el desarrollo, alternativos o populares nacieron en Colombia, en su mayoría, en la década del noventa. Su nacimiento fue, sin duda, un hecho sin precedentes. Hasta ese momento los programas de Comunicación Social y Periodismo formaban básicamente periodistas o comunicadores sociales empresariales.

Estos programas recogieron toda la experiencia colombiana y latinoamericana en el campo de la comunicación y el desarrollo. En países como Perú,

Bolivia, Ecuador y en la misma Colombia son muchas las experiencias de comunicación popular y participativa que han demostrado que los grupos humanos son capaces de definir su destino. Medios como la radio han sido vitales para la divulgación de una cultura distinta, la popular. Gracias a los procesos generados en los medios, la sociedad logró reconocer a diferentes grupos humanos, sus expectativas y sus visiones de mundo.

El reto fue construir proyectos comunicativos que recogieran todas estas experiencias tan significativas, y al tiempo, que fuesen atractivos para los estudiantes. Por tal razón se generaron diseños académicos muy particulares. Unos impulsaron el reconocimiento de diferentes formas de expresión, como el teatro y el sociodrama. La gran mayoría combinó cursos difusionistas con asignaturas propias de este tipo de comunicación.

En Iberoamérica este enfoque de trabajo se ha concretado en diversos planes de estudio y propuestas académicas, pero especialmente en posgrado<sup>5</sup>. La mayoría de ellos cuentan con un número importante de asignaturas dedicadas al estudio del desarrollo en diversos niveles, locales, regionales, nacionales e internacionales. Son currículos basados en áreas de conocimiento, que generalmente son contextuales; es decir, la comunicación para el desarrollo se asume desde los ámbitos y escenarios que le son pertinentes en términos espaciales y temporales. De tal forma que la comunicación para el desarrollo es un proceso de mediación sociocultural, política y económica que busca la transformación de los órdenes establecidos en la búsqueda de una verdadera calidad de vida.

<sup>5</sup> DEL VALLE, Carlos, "Pertinencias y énfasis en la formación de comunicación para el desarrollo: Diagnóstico y perspectivas de la experiencia iberoamericana", En: Revista Rredes.com., No 1. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo. 2004, págs. 45-56.

Hoy en día existen en Colombia diez programas académicos que se podrían considerar como de comunicación y desarrollo. Son ellos: el programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Popular de Risaralda, del Cauca, de la Universidad Mariana, de la Fundación Universitaria Luis Amigó, de la Universidad de Pamplona, de la Universidad Santo Tomás, de la Universidad Cooperativa de Colombia, de la Universidad Surcolombiana, la Universidad Abierta y a Distancia UNAD, además del programa de Comunicación Social – Periodismo de UNIMINUTO.

En total son diez programas profesionales que se distinguen de los cuarenta y ocho programas existentes en el país por su enfoque, su posición epistemológica, generalmente relacionada con la escuela latinoamericana de comunicación, y su énfasis social. De hecho, este grupo de diez universidades es el minoritario dentro de los énfasis de la comunicación en nuestro país.

Realizamos un análisis de los diez programas académicos para conocer cuál es su diseño curricular y cómo se estructuran los planes de estudio. A partir de lo observado en la tabla No. 1 (ubicada al final del documento), podemos concluir lo siguiente:

## **a. La comunicación para el desarrollo hoy ha sufrido cambios sustanciales**

El primero de ellos es precisamente la concepción de desarrollo. Ya no se habla de un desarrollo “alternativo”, que va en contra del desarrollo neoliberal o de libre mercado. Se habla, más bien, de un desarrollo que se construye a partir de la comprensión de los fenómenos sociales, culturales y políticos, y especialmente desde la comunicación.

El desarrollo entonces es asumido como una meta que se puede lograr a través de la generación de

procesos comunicacionales. La comunicación es la que posibilita el desarrollo. Pero ¿cuál comunicación? Los programas de Comunicación de este tipo no cuentan con una posición común. Algunos siguen apostando por una comunicación alternativa, otros por la comunicación educativa, unos pocos por lo que se llamó propiamente la comunicación para el desarrollo, uno por la comunicación para la paz y otros por la comunicación para el cambio social.

Todos estos conceptos de comunicación son claves para entender la propuesta académica de cada uno de los programas, pero no son suficientes. Es decir, es obvio que si hablamos, por ejemplo, de comunicación para la paz, estamos advirtiendo que la convivencia es la base del desarrollo, lo mismo, la educomunicación en otros casos, y el cambio social, también en otros.

Sin duda la convivencia pacífica, el interaprendizaje y las transformaciones del mundo social son importantes e indispensables para mejorar la calidad de vida. Pero si analizamos en detalle, no es clara la concepción de desarrollo que se maneja (como el sostenible, el regional, el humano y social, etc.). Claro que si partimos de lo que aparece en las presentaciones de los programas, es posible que se caiga en el desarrollismo; esto es, en una mirada sobre el desarrollo en términos de “intervención” en los sectores marginados o excluidos para “mitigar” los efectos del capitalismo salvaje.

Además, pareciera que no existe coherencia interna en lo que hace a la idea de desarrollo y comunicación que cada programa pretende impulsar. Si observamos los planes de estudio, en muchos de ellos los cursos de comunicación y educación o de comunicación y conflicto, por ejemplo, son acompañados por cursos de producción de medios masivos y de comunicación empresarial. La incoherencia no está en



# Desarrollo

la existencia de estos cursos, sino en la manera como están concebidos, se busca con éstos otro tipo de desarrollo, el de los sectores con mayores posibilidades económicas y políticas.

Se podría trabajar, en cambio, una comunicación institucional u organizacional centrada en la potenciación del tejido social y una producción mediática dirigida a la generación de mediaciones sociales que contribuyan a la transformación de las condiciones de vida.

## **b. Estos programas no cuentan con diseños o proyectos curriculares propios, pero sí poseen unos elementos característicos**

Casi todos estos proyectos –al igual que los que se centran en otros campos– solo cuentan con una presentación, la justificación, el objetivo, el perfil profesional y el plan de estudios. No existe ni una misión ni una visión de los programas, tampoco una posición epistemológica y las áreas, los ejes o los campos de trabajo y menos, la propuesta pedagógica no están definidas.

Lo que sabemos es que varios programas ya están involucrados en el sistema de créditos, mientras otros aún siguen trabajando con los sistemas de estudio tradicionales. Aquellos que ya entraron al sistema de flexibilización curricular, ofrecen electivas propias, como de producción mediática, de comunicación organizacional, de tecnologías digitales, y también electivas sin denominación. Lo más probable es que la evaluación del ICFES, por medio del CONACES, haya producido cambios en los diseños curriculares, y especialmente en la estructura de los planes de estudio en lo que hace a la flexibilización.

Los programas de comunicación para el desarrollo son muy particulares. En primera medida porque son

proyectos académicos “balanceados”. Es decir, no son proyectos mediáticos y no son proyectos teóricos, son proyectos de comunicación que cuentan con un número importante de asignaturas de investigación y de contexto, pero sin soslayar los cursos de formación en medios y de formación en la disciplina orientada hacia el desarrollo. En últimas, son programas que pretenden cumplir con su misión, que es la de contribuir a los procesos de desarrollo a través de la comunicación.

Estos proyectos también son particulares porque en estricto sentido no cuentan con énfasis, a excepción de la Universidad Santo Tomás. En general podemos decir que son proyectos que son dirigidos a la formación de los profesionales de la comunicación de este tipo en un sentido amplio. No pretenden segmentar el saber sino complementarlo. Se habla entonces de un profesional “íntegro”, y esa integralidad parece estar compuesta por elementos de investigación, de producción y de comprensión y potenciación de las dinámicas comunicacionales.

Por último, son particulares porque se esperaba que sus proyectos pedagógicos fuesen tan innovadores como su perspectiva de actuación, y no es así. En su mayoría son programas de estudio –con la notable excepción de la Santo Tomás– que carecen de una propuesta pedagógica, que contribuya al logro de los objetivos que cada cual determinó. No hay propuestas de interdisciplinariedad, de transdisciplinariedad o de transversalidad del conocimiento. La integralidad debiera concentrarse también en los saberes, en los enfoques y en las búsquedas pedagógicas para acercarse más a la complejidad de lo social, a la comprensión de las esferas públicas y privadas, para enfrentar las incertidumbres del presente y del futuro.

## **c. La centralidad de la comunicación**

Hay un elemento muy importante para destacar sobre la concepción de comunicación. Aun cuando no está explícito en ningún proyecto curricular, los programas de comunicación para el desarrollo al enunciar sus objetivos de trabajo asumen a la comunicación como un proceso de interacción que puede analizarse críticamente, diagnosticarse e implementarse en diferentes escenarios mediáticos, institucionales y sociales de todo tipo.

La comunicación ya no es información, sino un proceso en el que cabe la interacción personal y la producción de realidades en los medios. Con la interacción personal se pueden viabilizar procesos de desarrollo y con la producción mediática, contribuir a buscar alternativas que favorezcan ese desarrollo. Los dos anteriores son concebidos como procesos de significación. Esa posición sobre la comunicación deja entrever, aún de manera un tanto gris, una opción académica que comprende a la comunicación como una dinámica en constante cambio que se produce y reproduce en la interacción.

Ahora, ya no se habla únicamente de medios "alternativos" o "comunitarios", sino de diferentes medios. Esta diferenciación es importante porque la comunicación para el desarrollo siempre estuvo alineada con el advenimiento de los medios "pequeños". Hoy en día, al observar los objetivos de los programas, encontramos que no se desprecian los medios masivos, sino que se aprovechan para la convivencia, para la educación, para el desarrollo integral, etc. El problema sigue siendo que se asumen desde una perspectiva funcionalista y difusionista, que no contribuye a la búsqueda de una comunicación de este tipo. Este es un debate que aún no acaba.

Lo cierto es que la comunicación es la piedra angular de los objetivos de cada uno de los programas. Parece obvio pero no lo es. En general los programas de Comunicación Social-Periodismo concentraban su accionar en los medios o en el periodismo. Aquí, en cambio, unos programas pretenden estudiar las lógicas de producción, circulación y consumo de mensajes, lo mismo que los fenómenos sociales, y otros aspiran a contribuir a la construcción de la identidad y del tejido social por medio de la dinamización de procesos comunicacionales; todos ellos en el marco de la comunicación.

## **d. Perfiles profesionales integrales y distintos**

En cuanto a los perfiles profesionales, lo único común en todos los programas es la formación de un profesional integral. Arriba nos atrevíamos a plantear cuáles eran los elementos básicos de esa integralidad, pero en realidad no los conocemos. No sabemos si esa palabra se refiera a los conocimientos, a las dimensiones del desarrollo profesional, como la ética y la estética, o a su coherencia con el contexto.

Los otros elementos constitutivos de los perfiles profesionales son un poco distintos unos de otros. Varios programas enfilan todas sus baterías a la formación de profesionales que sean gestores. La UNAD, por ejemplo, quiere que su profesional sea un generador de proyectos colectivos que aporten a la calidad de vida, la Santo Tomás, desea que se desempeñe en procesos de comunicación para la paz, la de Pamplona le apuesta a un profesional que con sus competencias sea un gestor de proyectos de desarrollo. Otros programas, como la del Cauca, Uniminuto, la Surcolombiana y la Mariana, consideran que sus profesionales deben ser unos sujetos críticos e intérpretes de las realidades existentes, y esto se logra por medio de la investigación. Y otros, como la de Pamplona, y la Católica de Risaralda, le apuntan





# Desarrollo

a un profesional de la comunicación que construye significaciones en los medios.

En resumen, los programas de comunicación para el desarrollo en Colombia desean que sus profesionales sean además de integrales, promotores de procesos de desarrollo, productores de mensajes en diferentes medios e intelectuales críticos de los fenómenos sociales y de las mediaciones de los medios.

## Propuestas que quedan

A partir de lo visto, pero también recogiendo las fortalezas de varios de los programas académicos analizados podemos decir que hoy los currículos de comunicación y desarrollo podrían tener en cuenta los siguientes elementos:

### a. La comunicación para el desarrollo debe verse como un todo

La comunicación para el desarrollo es una perspectiva académica y de acción que debiera asumirse no de manera fragmentada, sino como una apuesta conceptual y política que se debe ver reflejada a lo largo de los planes de estudio. Lo que decimos es que esta perspectiva puede atravesar sin ningún problema los planes de estudio, como en efecto está ocurriendo en muchos de los casos analizados.

### b. Hay que preguntarse más sobre el desarrollo territorial

Cuando se diseñan los currículos, ¿realmente se piensa el desarrollo? Si es así, ¿de qué desarrollo estamos hablando? Si estamos hablando de comunicación para el cambio, ¿cuál es el cambio que buscamos? Lo que quedó claro al observar los diseños curriculares es que aún no se ha optado por una posición clara en lo que hace al desarrollo, pero

sí se rebate el llamado desarrollismo. Sin embargo, hay perspectivas que no son contradictorias pero tampoco son iguales, como la del desarrollo humano, sostenible, sustentable, para la libertad y sinérgico, entre otros.

### c. La información también contribuye al desarrollo

La información es una realidad construida, según José Luis Piñuel, y esa realidad o esas realidades pueden ayudar a comprender y potenciar el desarrollo. Es decir, la información es un elemento clave para comenzar a entender en dónde estamos en lo que hace al desarrollo. Entonces lo importante aquí es el para qué de la información

### d. La pertinencia social y política de los diseños curriculares

Los currículos corresponden a un contexto social y político, y no sólo a una perspectiva académica. La gran fortaleza de muchos de los programas es el hecho de estar insertos en un contexto que les da legitimidad. Raúl Fuentes contaba cómo hay una reducción de la "profesión" al "mercado de trabajo" y de la "formación universitaria" al "adiestramiento funcional"<sup>6</sup>, es imprescindible que los diseños curriculares no sólo comprendan el contexto sino que se apropien de él, lo hagan suyo. De alguna forma, el contexto determina el currículo.

### e. Lo global y lo local

Los diseños curriculares en comunicación para el desarrollo hicieron una apuesta por lo local desde un principio, y era necesario que así fuera. Hoy se dice que el mundo es globalizado y tal vez sea así. Lo importante aquí es establecer cómo se asume la globalización

---

<sup>6</sup> En línea: [www.dialogosfelafacs.net/articulos-for-31RaulFuentes.php](http://www.dialogosfelafacs.net/articulos-for-31RaulFuentes.php), consultado el 1 de octubre de 2007.

desde esta perspectiva. No tenemos la respuesta, pero suponemos que debe tomarse como parte del contexto y no como la panacea de la comunicación. La globalización debe entenderse hoy como un elemento clave para comprender el desarrollo. No es más importante que lo local. Es uno de los dispositivos de poder más importantes para que el neoliberalismo se propague. Pero también es una posibilidad de construcción de desarrollo en el planeta.

No se trata tampoco de pensar globalmente y actuar localmente, sino de pensar y actuar en las escalas de decisión que sean necesarias: las locales, las regionales, las nacionales o las globales.

## f. La formación de los agentes de transformación.

La dinámica mundial de la formación superior se centra hoy en la formación de profesionales que satisfagan las necesidades del mercado. Probablemente este aspecto no deba olvidarse, nuestros estudiantes serán egresados que se van a enfrentar al mundo laboral. Sin embargo, tenemos un reto aún mayor: contribuir a la formación de los profesionales de la comunicación y la información para que se conviertan en agentes de transformación de las condiciones sociales existentes. Además, la función fundamental de estos agentes es lograr que el resto de la sociedad se involucre en la transformación de su calidad de vida.





# Desarrollo

Tabla No. 1  
Facultades y programas académicos comunicación para el desarrollo  
en Colombia

UNIVERSIDAD	FACULTAD	PROGRAMA	SEDE	ÉNFASIS	Nº. Sem	DISEÑO CURRICULAR	OBJETIVO	PÚBLICO	PERFIL PROFESIONAL
1) Universidad Católica Popular del Risaralda	Comunicación Social	Comunicación Social	Pereira	Comunicación para el desarrollo	10	No existe mucha información sobre el proyecto curricular. El plan de estudios está armado a partir de créditos. Son en promedio, 22 créditos por semestre	Integrar las ciencias humanas al estudio de la comunicación para entender los fenómenos sociales, culturales, políticos y económicos	Todos los estratos	Los egresados pueden desempeñarse en Comunicación Comunitaria, como Comunicadores Organizacionales, como Publicistas y en Periodismo
2) Universidad del Cauca	Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales	Comunicación Social	Popayán	No posee énfasis	9	No existe mucha información sobre el diseño curricular. Sin embargo, es claro que el interés del programa es formar un analista de procesos comunicacionales, con o sin medios, y para ello, en el plan de estudios se echa mano de una buena cantidad de cursos teóricos y de investigación.	Estudiar las lógicas de producción, distribución, circulación y consumo de los mensajes y géneros presentes en los distintos medios de comunicación del contexto; con el propósito de hallar alternativas e innovar en los procesos de significación establecidos	Todos los estratos	El programa apunta a formar un profesional cuyas características básicas son: Un intelectual: Capaz de construir trayectorias epistemológicas de su campo disciplinar, que le posibiliten pensar y transformar fenómenos de la comunicación.
3) Universidad Mariana	Comunicación social y Periodismo	Comunicación social y Periodismo	San Juan de Pasto-Nariño	Comunicación para el desarrollo	10	No existe información concreta sobre el diseño curricular. Lo cierto es que el centro de su misión es la vocación de servicio social y humanitario, a través de la formación de los profesionales de la comunicación. Poseen asignaturas de Periodismo Cívico, de Comunicación	Formar profesionales de la Comunicación Social para concebir, formular y ejecutar comunicativos que favorezcan el desarrollo integral de la sociedad	Estratos 3 y 4	Tiene una sólida formación en los campos: ético, humanos, investigativo y técnico, capaz de interpretar su entorno social y de integración, un sentido de responsabilidad y compromiso, igualmente asume su vocación con mucha creatividad e imaginación.

UNIVERSIDAD	FACULTAD	PROGRAMA	SEDE	ÉNFASIS	Nº. Sem	DISEÑO CURRICULAR	OBJETIVO	PÚBLICO	PERFIL PROFESIONAL
						alternativa, para el desarrollo, de Comunicación y Acción comunitaria, y el plan de estudios está basado en créditos.			
4) Fundación Universitaria Luis Amigó	Comunicación Social	Comunicación Social	Medellín	Comunicación y educación	10	Siete asignaturas en promedio por semestre. Cuenta con dos cursos de comunicación y educación. El centro de actuación es la comunicación educativa. El plan de estudios está armado a partir de horas de clase.	Formar un profesional en comunicación con sensibilidad social, que desarrolle su labor en múltiples escenarios de medios masivos, institucionales y comunitarios, teniendo como eje el desarrollo de propuestas de educación, que contribuyan a la construcción de identidad cultural, socialización, prevención e intervención en el medio social.	Estratos 3 y 4	La facultad forma un comunicador con perfil de integralidad en las diferentes disciplinas que confluyen en la comunicación social
5) Universidad de Pamplona	Arte y Humanidades	Comunicación Social	Pamplona	Comunicación para el desarrollo	10	No existe información sobre cómo está organizado el plan de estudios o cuál es su proyecto curricular	Formar profesionales integrales capaces de analizar críticamente los fenómenos sociales, el lenguaje y los saberes humanísticos	Todos los estratos	El comunicador social se concibe prioritariamente como un profesional integral, un investigador y un gestor de proyectos de desarrollo que posee competencias en producción y uso de medios, formación humanística, formación periodística, bases de comunicación organizacional y comunitaria.



# Desarrollo

UNIVERSIDAD	FACULTAD	PROGRAMA	SEDE	ÉNFASIS	Nº. Sem	DISEÑO CURRICULAR	OBJETIVO	PÚBLICO	PERFIL PROFESIONAL
6) Universidad Santo Tomás	Comunicación Social para la Paz	Comunicación Social para la Paz	Bogotá	Comunicación para la paz	10	El plan de estudios está organizado en un sistema modular de cuatro ciclos: básico, de profesionalización, de especialidad y de práctica. Las materias están integradas alrededor de un eje temático y se desarrollan a través de un núcleo problemático común	Proporcionar al estudiante la formación teórica y metodológica que le permita el uso de los elementos necesarios para asesorar, con sentido crítico y humanista, procesos de comunicación, tanto masiva como grupal, en el contexto de nuestro país.	Estratos 4 y 5	Garantiza a sus egresados los conocimientos necesarios para el trabajo en organizaciones, instituciones o empresas donde se desarrollen procesos de comunicación que apunten a la construcción cotidiana de la paz.
7) Universidad Cooperativa de Colombia	Ciencias de la Comunicación	Comunicación Social	Varias ciudades	Comunicación alternativa	10	No existe información al respecto.		Estratos 2 y 3	
8) Universidad Abierta y a Distancia, UNAD	Ciencias Sociales, Humanas y Educativas	Comunicación Social Comunitaria	Varias ciudades	Comunicación para el cambio	160 créditos	El plan de estudios está dividido en varias áreas: Humanística, Formación en idiomas, Disciplinar, Formación Telemática, Investigativa, Específica y Electivas.	Promover la comunicación democrática y participativa, que permita actuar desde la reflexión y la investigación comunicativa con las competencias necesarias en la búsqueda continua de mejores condiciones de vida material y espiritual, a través de la elaboración de productos académicos, comunicacionales e institucionales	Estratos 1 y 2	Generador de proyectos conjuntamente con las comunidades para buscar espacios y alternativas comunicativas comunitarias, explorando formas equitativas y sociales que aporten a la calidad de vida
9) Universidad Surcolombiana		Comunicación Social - Periodismo	Neiva		8		Formar integralmente a los profesionales de la comunicación y el Periodismo, con capacidad de comprender, explicar y plantear soluciones a los problemas	Estratos 1,2 y 3	Autorreconocimiento de sus procesos socioculturales personales y colectivos, autoestima, autonomía, capacidad de trabajo en equipo y una actitud

UNIVERSIDAD	FACULTAD	PROGRAMA	SEDE	ÉNFASIS	Nº. Sem	DISEÑO CURRICULAR	OBJETIVO	PÚBLICO	PERFIL PROFESIONAL
							<p>comunicativos relevantes de la realidad regional, mediante la transmisión, reproducción, aplicación y producción de conocimiento, que permita reconstruir, generar o preservar los tejidos comunicativos en las comunidades, las organizaciones y la sociedad, con miras a su fortalecimiento y proyección.</p>		<p>ética, crítica y solidaria. Amplias competencias comunicativas, en especial, las narrativas y argumentativas en diversos formatos. Solvencia para la observación, el análisis, y la prospectiva de los procesos y conflictos comunicativos en entornos socioculturales diversos. Capacidad de participar en procesos de mediación de conflictos a partir de estrategias comunicativas pertinentes. Capacidad para proponer y gestar alternativas a las demandas y los conflictos comunicativos en las comunidades y las organizaciones. Creatividad para proponer y gestar políticas y proyectos de comunicación</p>
10) Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios	Ciencias de la Comunicación	Comunicación Social - Periodismo	Bogotá		10	El programa se desarrolla en diez semestres y posee cuatro áreas de formación: Comunicación y Cultura, Periodismo y Medios, Investigación y Lenguajes	Formar Comunicadores Sociales- Periodistas éticos, idóneos, investigadores y competentes, con un fuerte compromiso social en la búsqueda de desarrollo del país y con capacidad para interpretar los continuos cambios	Estratos 2 y 3	El Programa de Comunicación Social-Periodismo forma profesionales de las Ciencias de la Comunicación, del periodismo y de las tecnologías de la información, con especial énfasis en comunicación participativa y comunitaria y



# Desarrollo

UNIVERSIDAD	FACULTAD	PROGRAMA	SEDE	ÉNFASIS	Nº. Sem	DISEÑO CURRICULAR	OBJETIVO	PÚBLICO	PERFIL PROFESIONAL
							socio-históricos a fin de generar procesos transdisciplinarios que permitan comprender y transformar el contexto y promover una participación activa en él, desde la comunicación.		en periodismo investigativo. Profesionales competentes para comprender, analizar e interpretar la realidad (social, política, económica, cultural y ecológica) y gestar, procesar, difundir y socializar la información de interés público a través de los diversos medios masivos y alternativos. Capaces de incidir significativamente en la transformación social con sentido crítico, ético y responsable.

Fuente: Páginas web de cada uno de los programas en comunicación y desarrollo en el 2009.

## **Bibliografía**

AFACOM. Proyecto para el diseño y la elaboración de los Exámenes de Calidad de la Educación Superior – ECAES para los programas de Comunicación e Información 2004 – 2005.

DEL VALLE, Carlos, "Pertinencias y énfasis en la formación de comunicación para el desarrollo: Diagnóstico y perspectivas de la experiencia iberoamericana". En: Revista Rredes.com. No 1. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, 2004.

FUENTES NAVARRO, Raúl. Diseño curricular para las escuelas de comunicación. México: Editorial Trillas, 1991.

LÓPEZ JIMÉNEZ, Nelson. La de-construcción curricular. Colección Seminarium. Bogotá: Magisterio, 2001.

<http://www.dialogosfelafacs.net/articulos-for-31RaulFuentes.php>

<http://www.rieoei.org/rie32a01.htm>