

**ACUERDO No. 14 DE 2002  
ACTA 04 DEL 18 DE JULIO DE 2002**



**Por medio del cual se adopta el Manual de Práctica del Programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó.**

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ,**  
en ejercicio de sus atribuciones legales y estatutarias y,

**CONSIDERANDO QUE:**

Es necesario adoptar los Manuales de Práctica de los diferentes Programas de la Fundación Universitaria Luis Amigó, que permitan la articulación de los contenidos teóricos con la praxis, en sentido de pertinencia y proyección social.

**ACUERDA:**


**ARTÍCULO PRIMERO:** Apruébese el Manual de Práctica del Programa de Comunicación Social, cuyo texto se anexa.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Los ajustes que se deban realizar al Manual de Prácticas, en razón de las circunstancias, deberán ser aprobados por el Comité Curricular.

**¡NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE!**

Dado en Medellín, a los diecinueve (19) días del mes de Julio de Dos Mil Dos (2002).

  
**RADRE JOSÉ LEVI RAMÍREZ LÓPEZ**  
Presidente

  
**Consejo Superior**  
**PRESIDENTE**

  
**FRANCISCO JAVIER AROSTEGUI GÓMEZ**  
Secretario General

  
**Secretaría General**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROPUESTA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LAS PRÁCTICAS  
ESTUDIANTILES.**

**INTRODUCCIÓN**

Es pertinente, dada su importancia, partir inicialmente de una discusión que sitúe de manera general lo concerniente a *¿qué se ha entendido por Prácticas Estudiantiles?* para luego presentar, al respecto, una visión desde el programa de Comunicación Social situando los enfoques más extendidos.

Un primer enfoque da cuenta del *aislamiento* recurrente de la universidad, en todos sus componentes académicos, formativos e investigativos de las necesidades de la sociedad. El espacio educativo se presenta huérfano de problemáticas sociales, los agentes educativos impermeables a lo que ocurre "afuera" y por lo tanto todo el andamiaje productor/procesador de conocimiento aparece como *anacrónico y obsoleto*. No sirve y así lo prueba la escasa dimensión "operativa" de los estudiantes cuando les corresponde decidir sobre *la realidad concreta*". En su defecto, ningún programa académico consulta las condiciones y requerimientos de la sociedad. El modelo que se deriva de este enfoque no es otro diferente a la *práctica* como *extensión* : como *extensión* "sociedad/realidad" está allá a lo lejos, la universidad hace contacto con ella, se *extiende* y prueba que sirve al proponer soluciones a problemas neurálgicos.

Este esquema construye *kits de soluciones* rigurosamente *técnicos* que son fácilmente identificables en muchas actividades de intervención. La *práctica* es una *intervención* y ésta se produce como *extensión* de la praxis académica.

Un segundo enfoque trata de relacionar los intereses y necesidades de la sociedad con los intereses y necesidades de las empresas. La mediación válida aquí es de las *empresas* como portadoras de las demandas que dinamizan no sólo el aparato educativo/formativo sino las condiciones de bienestar de la sociedad: si a las empresas les va bien, a la sociedad le va mejor. Si a las empresas les va mal...

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ  
Facultad de Comunicación Social  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
RESIDENTE

En este caso es bastante complicado negar dicha relación dado que las empresas se presentan como el *punte* entre la sociedad y la universidad. Aquí el reclamo insiste sobre el aislamiento de la universidad frente a las necesidades de las empresas: ésta no produce lo que aquellas demandan y por lo tanto, la sociedad estará a la zaga del bienestar.

Por defecto, la práctica se entiende como *entrenamiento en las empresas* que permite verificar si la universidad está haciendo "lo correcto" en materia formativa.

Ambos enfoques son *instrumentales* y refuerzan la concepción, extendida por cierto, de que existen *hard programs* (ingeniería y tecnología) representantes del conocimiento aplicado y por lo demás *útil*, y los *soft programs* de poca importancia para la sociedad y las empresas, aunque admiten refinamientos: el economista deberá especializarse en *finanzas* o *ingeniería financiera* y será aceptado, pero filósofos, lingüistas, semiólogos, en fin representantes de las ciencias sociales y humanas tendrán el estigma de la *inutilidad* de su conocimiento.

Las ciencias de la comunicación, representadas en la semiología, la lingüística y la hermenéutica entre otras, pertenecerían al paradigma de los *soft programs* o *knowledge* por lo que la importancia de su práctica estribaría en que se produjera "algo útil y tangible": campañas, folletos, diseños publicitarios o mensajes son parte de esta exigencia. En últimas, hablaríamos del *modelo difusionista* tan acentuado en esa visión dual de la realidad que ve el desarrollo como *una simple transferencia de innovaciones tecnológicas que generan un cambio de actitudes por el uso extensivo de los medios de comunicación*.

Un tercer enfoque daría cuenta de la universidad como una realidad social: es parte de la sociedad, es producto de su dinámica histórica, está permeada por sus contradicciones, paradojas y paradigmas. Entiende que la educación es un proceso de transformación, que da cabida a la práctica como ejercicio teórico y conceptual de tal forma que reconoce la reflexión, la curiosidad y la observación como elementos fundamentales del accionar académico.

Desde esta perspectiva, la presentación de la teoría, como opuesta a la práctica viceversa no se reconoce tan tajante en la medida que hay un componente teórico que da forma a lo práctico y un componente *práctico* que acompaña el desarrollo de lo teórico. La práctica le da sentido a la formación académica con interacción de conceptos y elaboraciones, pero no es lo único que le otorga sentido.

Desaparece aquí la tentación instrumentalista, no se reconoce el modelo difusionista, no hay extensión puesto que la educación no es una prótesis para la sociedad.

Fundación Universitaria  
Código Superior  
PRESIDENTE

## 1. FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DE LA PRÁCTICA EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN.

"... hoy día la comunicación es el espacio desde donde se piensa y se entiende la sociedad." J.M. Barbero.

Si en líneas anteriores se presentaba la disyuntiva *teoría y práctica* como un elemento particularmente determinante de las concepciones de la educación y su relación con la sociedad, en el campo de la *comunicación/educación* la impronta la establece la relación *imagen/escrito*.

Efectivamente, "los esfuerzos por abordar los problemas de comunicación/educación han sido significativos y crecientes en las últimas décadas. Estos esfuerzos han estado motivados predominantemente por preocupaciones *prácticas* que circulan alrededor del uso de los medios y las nuevas tecnologías en el trabajo escolar, de la enseñanza a distancia, de proyectos de comunicación popular, de campañas educativas, etc." (Comunicación y educación: un acceso al campo. En *Cultura escolar, cultura mediática/intersecciones*. U. Pedagógica Nacional. Bogotá 1999.)

Es necesario pensar la *educación* desde la *comunicación* para heredar el futuro propone J. Martín-Barbero apoyándose en M. Mead cuando señala "los lastres que nos impiden comprender la envergadura antropológica de los cambios que atravesamos..." (Barbero, J.Martín. Revista *Nómadas* # 5 197), esos lastres son culturales y se relacionan de alguna forma con la transformación de los modos de leer, no sólo libros sino también los relatos y otras escrituras (orales, visuales, musicales, audiovisuales, telemáticas).

Efectivamente, se deben reconocer los desplazamientos del modelo de comunicación pedagógica, primero, aceptando el *descentramiento cultural* de su principal eje técnico y pedagógico como es el *libro de texto*, en segundo lugar identificando que la sociedad ha desarrollado versátiles mecanismos y dispositivos de almacenamiento, ordenamiento, difusión y circulación de *conocimientos* tercero, proponiendo una profunda transformación de los *modos de leer* que incorpore las otras escrituras que ya se mencionaban y por último, entendiendo el desarrollo tecnológico como un momento propio de cada estancia cultural que facilita, potencia y permite interactuar con el mundo.

Mantener lo contrario es negarse a entender los nuevos sujetos dotados de "elasticidad cultural", los sujetos protéticos que Rifkin propone para lo que él denomina la *era del acceso* (*La era del acceso*. Rifkin, Jeremy. Paidós Estado y Sociedad), donde la aparente falta de forma es una posibilidad enorme de *adaptación* a diversos contextos en fin, la existencia de un nuevo *sensorium*. Igual que con anteriores fracturas, ese nuevo *sensorium* parece inaugurar un momento de trascendencia similar al superarse el aprendizaje por la *práctica*, que

se presenta hasta bien avanzado el siglo XVIII, y adoptarse el aprendizaje por los libros o "*teoría*".

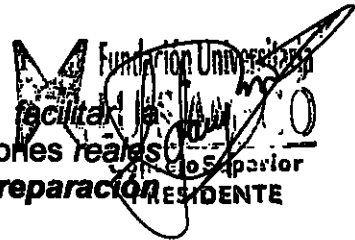
"Si ya no se escribe ni se lee como antes es porque tampoco se puede ver ni representar como antes" sostiene Barbero con toda razón señalando y cuestionando el carácter monolítico y transmisible del conocimiento. Pero esto no se resuelve con la mera introducción de medios y tecnologías de comunicación a los procesos educativos como tampoco forjando sujetos que no reconozcan ese reto cultural: los procesos de cambio de la sociedad se producen esta vez permeados por la *tecnicidad mediática como dimensión estratégica de la cultura* (Barbero). Interactuando con los escenarios donde se hacen efectivos esos cambios: desterritorialización, hibridaciones, reorganización de los saberes por los flujos y redes en los que se desplazan información, creatividad y trabajo.

Aquí es donde cobra validez el objetivo presentado en la propuesta académica del programa de *Comunicación Social con énfasis en educación* en la FUNLAM cuando se plantea "*asumir el proceso de formación del nuevo profesional a través de la implementación de las nuevas tecnologías en comunicación social, como herramientas que han modificado no sólo las formas de intervenir la realidad sino también las formas socio-culturales de percepción y conocimiento y han generado, por tanto, un nuevo sensorium ético y estético.*" (Propuesta académica programa Comunicación Social. Objetivos específicos).

Sobre la base conceptual de reconocer una transformación profunda en el que hacer de la **comunicación** y el des-centramiento de muchos de los ejes pedagógicos de la educación es que se pretende construir la propuesta de las **prácticas estudiantiles en comunicación**.

## 2. PARA UNA DEFINICIÓN DE LAS PRÁCTICAS.

Una de las funciones que se pretende cumplan las prácticas es *facilitar la transferencia de los conocimientos como de los aprendizajes a situaciones reales de la formación profesional. Ellas son el resultante de un proceso de **preparación previa** sin el cual no tendrían sentido.*



La preparación previa tiene relación con tres elementos sustanciales del proceso de formación profesional, ellos son en general:

- El **conocimiento básico** que genera la fundamentación en campos y habilidades específicos del saber.
- El **razonamiento** o aplicación de secuencias lógicas que permiten discernir y entender un determinado contexto.
- La **comprensión** o capacidad de interactuar a partir de los significados de la nueva información. Con la comprensión se otorga sentido a los contenidos.

En el caso específico de la **comunicación** como propuesta académica y proceso social básico, esos tres elementos constituyen **bloques cognitivos** que se articulan dinámicamente y retroalimentan haciendo referencia a:

- La identidad del marco académico o **conceptos comunicacionales**.
- Los **procesos mediáticos**: como se configuran la producción, difusión y evaluación de los bienes culturales.
- Los **contenidos culturales** que le dan sentido a los mensajes implícitos en los bienes simbólicos haciendo necesario el dominio de conocimientos enciclopédicos o especializados.

Las prácticas se entienden así como un **espacio de experimentación**, cuyo objeto no es el de enfrentar o comprobar saberes o conocimientos adquiridos, sino para la **interpretación** de acontecimientos, para el desarrollo de la inteligencia y la conciencia crítica. De esta forma la **práctica** debe fortalecer la **densidad cultural** de los estudiantes de comunicación. En palabras de Marcelino Bisbal, Decano de la Facultad de Comunicación de la U. Central de Venezuela, "...es necesario que los estudiantes sepan quién es Truman Capote o cuantos habitantes tiene la India". (Diálogos de la Comunicación #62/julio 2001, La nueva escena y la comunicación social.) La práctica es una **cultura formativa**.

## 2.1 IMPORTANCIA SOCIAL.

Pueden destacarse algunos procesos que configuran los **nuevos escenarios** presentes en la actualidad y que son los que le otorgan relevancia al desarrollo de las prácticas en un contexto social; esos nuevos escenarios están relacionados con:

- El re-dimensionamiento del **espacio** y la aceleración vertiginosa del **tiempo** que provoca la **obsolescencia del pasado** y le confiere carácter omnipresente al presente.
- El efecto de la policentralidad de la discursividad audiovisual que genera la imprecisión de las visiones simultáneas pero al mismo tiempo fragmentadas.
- La transformación de la naturaleza de los vínculos sociales donde:
  - Todo parece poder intercambiarse.
  - La inmediatez y el éxito fácil.
  - El desvanecimiento de las representaciones colectivas apareciendo con fuerza inusitada la iniciativa privada y el valor individual.
  - El reemplazo de las utopías por el consumo como forma de afirmar identidades.
  - La modificación de los esquemas axiológicos. Los neo-valores son:
    - Competitividad.



- Productividad.
- Rentabilidad.
- Eficiencia.

Todo ello está atravesado por el despliegue y crecimiento de las industrias culturales, particularmente las relacionadas con la comunicación, que en el marco nacional se han posicionado (*empoderado*) dentro de la sociedad y la vida cotidiana, en la política y en la cultura a tal punto, que en un país tan roto y dividido como el nuestro, la televisión es no sólo el chivo expiatorio que carga con las cuentas de la violencia y la desmoralización o re-moralización que vivimos sino también, paradójica, "...*extraño lugar donde se dan cita y se encuentran vicaria y perversamente los colombianos.*" (Comunicación: el descentramiento de la modernidad. J.M. Barbero. Revista *Análisis* #19/1996 Barcelona.)

Si la televisión es tan responsable ¿por qué deja de concebirse como un servicio público y se le entrega a la iniciativa privada? El despliegue de la innovación tecnológica no se compadece con el proceso de incomunicación de las comunidades y actores sociales del país que se refleja en una crisis profunda de convivencia de las colectividades que le dan sentido como sociedad y nación. Efectivamente, "...*en Colombia los medios viven de los miedos. Son los miedos de la gente los que han hecho que los medios, especialmente la radio y la televisión, ocupen un lugar tan decisivo en la sociedad... Los medios han sabido catalizar nuestros miedos, esos que hacen desconfiar cada día más de la gente y nos encierran en la casa: esos que permiten a la televisión fagocitar la comunicación imposible en las plazas públicas y la teatralidad callejera de la política.*" (Ibid en : Comunicación y ciudad: entre medios y miedos. Colcultura, Bogotá 1991.)

Desde esta perspectiva inicial, es fácil constatar que la "información" se ha vuelto la materia prima más valiosa y costosa por lo tanto, existe un campo de trabajo complejo que reclama la *importancia social* de las prácticas en la medida que dan cuenta de los circuitos que conectan espacios y funciones (relaciones sociales) para llenar el vacío epistemológico planteado por la crisis de los paradigmas y alimentar la renovación en la agenda de investigación de los fenómenos sociales.

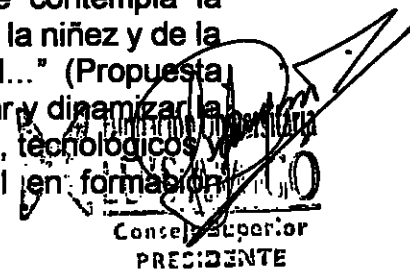
## 2.2 IMPORTANCIA PEDAGÓGICA

La práctica no es una *aplicación* descontextualizada, mecánica o funcional de los modelos teóricos. Se ha definido acá como una *cultura formativa* en tanto su propósito se orienta a:

- La recuperación de procesos de producción de imaginarios o simbologías.
- El reconocimiento de contextos históricos, socioculturales y políticos.
- El reconocimiento de los productos de la industria cultural.
- La búsqueda de relaciones con el poder y las identidades.

Por ello, la práctica implica la participación y desempeño de distintos agentes educativos así como de unidades y recursos académicos y administrativos alrededor de la misma. Con ella, el programa de Comunicación propone favorecer la formación y desarrollo de competencias y habilidades que se hacen explícitas cuando en los objetivos generales plantea **“formar un profesional de la comunicación que geste procesos de socialización preventivos y de intervención en escenarios de medio abierto institucional y comunitario.”** (Propuesta académica., objetivos generales #1.2) y se refuerza con el objetivo específico # 2.2 que define **“asumir el proceso de formación del nuevo profesional a través de la implementación de las nuevas tecnologías en comunicación social, como herramientas que han modificado no sólo las formas de intervenir la realidad sino también las formas socio-culturales de percepción y conocimiento y han generado, por tanto, un nuevo sensorium ético y estético.”** (Ibid.)

Así se pretende hacer realidad la misión de la FUNLAM “que contempla la intervención de las problemáticas que afectan la calidad de vida de la niñez y de la juventud en particular y de la familia y la sociedad en general...” (Propuesta académica, página # 4). La práctica es la manera de retroalimentar y dinamizar la forma de generar, conservar y comunicar conocimientos científicos, tecnológicos y culturales (Misión de la FUNLAM) haciendo que el profesional en formación interactúe y reconozca:



- La práctica como una estrategia de enseñanza y aprendizaje.
- La integración de aprendizajes que permiten comprender la distancia entre lo planificado/ejecutado y la motivación para el conocimiento.
- La necesidad del pluralismo metodológico para la resolución de los problemas.
- La naturaleza diversa de los objetos de estudio que imponen la interdisciplinariedad, la multidisciplinariedad y la transdisciplinariedad.
- La puesta en escena de los conocimientos teórico-metodológicos y técnico profesionales.
- Finalmente, que la práctica se desarrolla con el criterio de prestar un servicio.

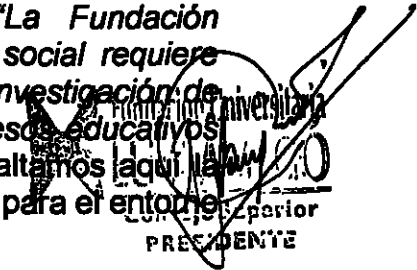
### 3. TIPOLOGÍA GENERAL DE PRÁCTICAS: UNA APROXIMACIÓN.

En la idea de que la práctica no es una aplicación descontextualizada que desconoce la genealogía de las ideas y de las teorías y que responde a una cultura formativa relacionada con la investigación, distinguiremos aquí dos tipologías generales de la misma:



- Las **prácticas sociales de comunicación** o aquellas a través de las cuáles los sujetos se vinculan y relacionan positiva/negativamente. Su desarrollo se presenta en **ámbitos** o **escenarios**, razón por la cual no requieren necesariamente llevarse a cabo en empresas o centros de práctica.
- Las **prácticas profesionales** que ponen en juego la *experticia* del comunicador y que se materializan en el periodismo, la producción audiovisual, la gestión comunicacional, la investigación. El comunicador no es un *escriba* sino un **estratega de la comunicación** (en México se presenta un debate sobre ello partiendo de la diferenciación entre *comunicador* y *comunicólogo*) y estas prácticas ponen en escena su capacidad para: analizar-interpretar, diagnosticar-gestionar, planificar-ejecutar, en un entorno que requiere el reconocimiento de las expresiones sociales y sus significaciones, ocultas por lo general en la superficie de los hechos.

Como lo señala la propuesta académica del Programa: *“La Fundación Universitaria Luis Amigó propone el comunicador que el medio social requiere para el trabajo comunitario y de prevención social, basado en la investigación de los sentidos sociales y culturales y en la implementación de procesos educativos de desarrollo humano para la transformación del contexto.”* Resaltamos aquí la figura de un comunicador para el medio social y no exclusivamente para el entorno mediático.



### 3.1 PRÁCTICAS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La propuesta de **prácticas** para el Programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó, curricularmente está soportada por el *eje de investigación* y otros ejes establecen la articulación fundamental del ordenamiento curricular para todos los niveles de desarrollo académico. Desde la perspectiva investigativa se reconoce la necesidad de los estudios del lenguaje “para configurar sus propuestas éticas y políticas” además de estéticas.

El programa ha mostrado su preferencia y énfasis por el campo *comunicación/educación* reconociendo la complejidad de esta relación en la medida que propone Prieto en: *“La comunicación en la educación”* (Ediciones CICCUS. Buenos Aires 1999):

- Comunicar es ejercer la calidad de ser humanos.
- Comunicar es expresarse.
- Comunicar es interactuar y relacionarse reconociendo al otro.
- Es gozar y proyectarse.
- Afirmarse en el propio ser con autonomía.
- Es abrirse al mundo y apropiarse de uno mismo.

Todo ello simplemente refuerza la idea que la educación se desarrolla de mejor manera en un ambiente **rico en comunicación**, es decir, pleno de interacciones, que facilite la expresión en el encuentro cotidiano y que reconozca una relación con los materiales pedagógicos y señale el camino de la controversia. Todavía hoy muchos docentes y estudiantes utilizan el retroproyector con una página que se lee línea a línea, como si los otros no pudieran descifrarla. Se multiplica el discurso para decir esencialmente (¿tercamente?) lo mismo. La comunicación/educación busca intensificar la **comunicabilidad** o relación lograda en las instancias de aprendizaje que significa, a su vez, apropiación de las posibilidades de la cultura, de construcción de conocimientos, de relaciones. La comunicabilidad es también parte de la **madurez pedagógica** donde se logra la promoción del aprendizaje utilizando los más ricos recursos de la comunicación propios de una relación educativa, lo que implica una **mediación** la cultura, establecer puentes entre lo que se sabe y lo que no se sabe, lo que se vive y lo que se vivirá, entre la experiencia del presente y la sensación del futuro.

Pero, volviendo a Prieto, no son tiempos fáciles para el campo de la comunicación/educación. "*Conspiran contra la comunicabilidad las aulas numerosas, las instituciones sumidas en la entropía, la violencia cotidiana, el abandono desde el Estado, el desprestigio de nuestra práctica.*" (educadores). (En : "La comunicación en la educación" Daniel Prieto Castillo. Ediciones CCCUS-La Crujía. Argentina 1999).

Al mismo tiempo, se ha confundido la comunicación en la educación como algo solamente relacionado con los **medios y materiales** utilizados en el aula. Al reconocer esta tendencia se propone desarrollar la **práctica** en función de la **investigación**, entendiéndose ambas como estrategia educativa: La investigación se constituye en una actividad/habilidad capaz de engendrar **prácticas profesionales de carácter transformador**. Para ello, el salto cualitativo consiste en pasar de un enfoque basado en **disciplinas** a otro que se centre en **objetos de transformación**.

Aquí entonces es necesario diferenciar dos niveles para la investigación: la **investigación formativa**, que "*constituye una forma de enseñanza activa, en la cual los estudiantes aplican lo que están aprendiendo, al estudio de determinado problema y de ello se extraen motivación y orientación para profundizar sus conocimientos y elaborar conclusiones*" (Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco, México 1981) de la **investigación para la producción de conocimiento** que se caracteriza, en esencia, porque su materia es controvertible mediante la aplicación del método científico en forma rigurosa.

Investigar para aprender mejor una disciplina es diametralmente diferente de investigar para crear o producir conocimiento en la disciplina. Si **investigar** puede entenderse como el proceso de hacerse preguntas y la búsqueda de las respuestas, la diferencia entre una dimensión de la investigación y la otra estriba fundamentalmente en el **tipo de pregunta** pues ésta lleva implícito el nivel de resolución, elección de una estrategia para la búsqueda de la respuesta que

Universidad Autónoma Metropolitana  
Xochimilco  
2000  
PRESIDENTE

corresponde: no procede igual un detective en busca del culpable de un delito; o el analista de mercados que cuestiona las preferencias de consumo de un target específico o un físico tratando de encontrar la solución a un problema de la materia.

Desde esta perspectiva, se puede ver a la investigación como un proceso relacionado con la heurística, creativo, en donde se produce un desarrollo continuo entre el sujeto que **busca conocer y lo otro**, y al mismo tiempo aparece como una actividad intelectual compleja y diversa que exige, de quien la emprende, la puesta en acción de un conjunto de capacidades: el que investiga, el que se pregunta, lo compromete todo, comenzando por su inteligencia.

Cuando proponemos integrar investigación formativa y práctica, subrayamos la importancia no del resultado sino del proceso, las experiencias vividas en el afán de conocer algo nuevo. La práctica vuelve su mirada a los conglomerados sociales, a sus escenarios simbólicos, a las realidades construidas más que a los medios o al mundo de la noticia y el espectáculo.

### 3.2 EL EJE DE LA INVESTIGACIÓN

Como se ha planteado en líneas anteriores, la investigación es el eje articulador de la *práctica* y éste está compuesto por dos grandes cuerpos compuestos así:

A) Por los prerrequisitos que atienden cuatro aspectos fundamentales: a) Las relaciones metodológicas entre las ciencias sociales y la comunicación, la comunicación como saber y como discurso, los paradigmas de investigación en ciencias sociales y humanas y las metodologías de investigación social. b) La realidad como signo, la historia de las tecnologías, la cultura y los imaginarios, hermenéutica y estética. c) La interpretación del discurso o los métodos de la semiótica y d) Las tendencias contemporáneas del periodismo investigativo.

B) Las prácticas y los proyectos de investigación que relacionan un proceso secuencial para el trabajo de grado en el campo de la comunicación/educación. Este proceso se estructura a lo largo de cinco semestres con objetivos diferentes y complementarios que dan cuenta del análisis, la comprensión e interpretación como niveles de la investigación. Este proceso se detalla a continuación :

NIVEL	PROCESO Y/O COMPONENTES
Quinto semestre	Motivación hacia la elección temática, pesquisas preliminares o antecedentes y problematización. Trabajo preferencialmente grupal bajo orientación de asesores.
Sexto semestre	Revisión de antecedentes/problematización de la elección

Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad del Pacífico  
Presidente

	temática, inicio construcción campo teórico en comunicación/educación, marco teórico y referencial.
Séptimo semestre	Inicio de la práctica en diferentes escenarios/medios, recolección elementos de campo, redefinición/ajuste de la temática elegida.
Octavo semestre	Diseño metodológico y elección del lenguaje de presentación: audiovisual, escrito, radial, fotográfico, material impreso (prensa, revista y/o página WEB).
Noveno semestre	Revisión y finalización del trabajo de campo, el proyecto adopta un formato.
Décimo semestre	El proyecto se "escribe" acorde con el lenguaje de presentación seleccionado. Se presenta ante el jurado para su aprobación y/o ajustes.

### 3.3 LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Dentro del campo comunicación/educación están contempladas cuatro líneas de trabajo general que asocian contenidos programáticos así:

- 3.3.1 Comunicación, educación y ciudad.** A esta línea se vinculan aportes de cursos tales como: *cultura oral, culturas contemporáneas, comunicación, educación y cultura.*
- 3.3.2 Comunicación y ciberculturas.** Dedicada a la reflexión sobre el *sensorium* de las ciudades bajo el paradigma de las nuevas tecnologías o las *telépolis* y asocia cursos como : *cultura virtual, lenguaje informático y telemática y periodismo virtual.*
- 3.3.3 Comunicación, educación y escuela.** Aquí se propone la exploración y caracterización del campo y sentido de las prácticas profesionales de la comunicación, el devenir del proceso curricular, la definición de categorías teóricas y dispositivos operacionales útiles en la elaboración de planes y programas de estudio dinámicos, caracterización del estado de la investigación en las áreas del conocimiento afines a los procesos de comunicación, elaboración de sistemas de información referentes a los campos disciplinarios vinculados a la comunicación.
- 3.3.4 Comunicación, educación y medios.** Esta línea recoge el aporte de los cursos relativos a medios de comunicación y las propuestas que apuntan a ver la comunicación como un asunto de la transmisión diacrónica, política y material.
- 3.3.5 Comunicación- Educación y organizaciones Sociales.** Se investiga la organización como un conjunto social donde intervienen diversos procesos y componentes y en donde se considera a la sociedad misma como una estructura orgánica que genera procesos comunicativos.

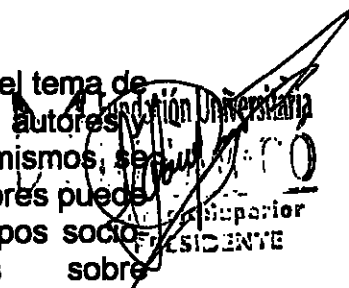
Universidad  
CO  
Superior  
PRESIDENTE

### 3.2. MODALIDADES DEL TRABAJO DE GRADO

Como se ha venido proponiendo, la investigación tiene carácter formativo, es decir apunta al desarrollo de habilidades o destrezas y al fomento de las mismas. No se pretende alcanzar niveles interpretativos o un trabajo que aporte nuevo saber a un campo disciplinar o transdisciplinar, sólo se pretende que el estudiante llegue a tener **autonomía** en sus planteamientos con respecto a su saber.

De acuerdo a esto, las modalidades propuestas para el trabajo de grado son:

- 3.4.1 **Sistematización de experiencias**: el estudiante podrá optar por levantar toda la conceptualización sobre una práctica comunicativa de su entorno cotidiano que pueda considerarse innovativa y educativa, que no se haya reflexionado todavía, desde la comunicación, y cuyo requisito fundamental sea que el abordar la experiencia a sistematizar se garantice el acceso a la información.
- 3.4.2 **Monografía de autor**: también se podrá optar por elaborar una presentación completa de la obra de un autor representativo del campo comunicación/educación siendo suficiente alcanzar el nivel comprensivo de la obra del mismo.
- 3.4.3 **Monografía de tema**: la opción de hacer una monografía sobre el tema de la comunicación/educación atravesado por la posición de varios autores desde una preocupación significativa de la posición de los mismos, se considera como una *monografía de tema*. La posición de los autores puede presentarse agrupada en : un medio de comunicación, un grupos socio-cultural, la conceptualización pura de teóricos sobre comunicación/educación.
- 3.4.4 **Investigación de campo**: el estudiante podrá considerar la investigación sobre un tema de la realidad social, desde la perspectiva del campo de comunicación/educación, eligiendo un tema que podrá estar discriminado por escenarios socioculturales, entre ellos los medios de comunicación. Esta opción contiene necesariamente *trabajo de campo* y no será una investigación documental.
- 3.4.5 **Propuesta de intervención**: el estudiante podrá desarrollar una propuesta de intervención en alguno de los escenarios de la ciudad, desde la perspectiva de la comunicación/educación, para ello debe hacerse inicialmente un reconocimiento y diagnóstico del estado del escenario a



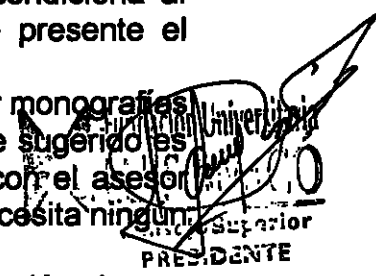
intervenir. La propuesta de intervención significa, por definición, el tomar parte en, mediar para, interponer recursos para modificar el comportamiento y tendencia de una situación particular. Aquí se reconocen dos tipos de intervención: una de carácter estético, que acude a la sensibilidad para conocer y disfrutar, otra operativa o de solución de problemas siempre en el campo de la comunicación/educación.

### 3.5 LENGUAJES DE PRESENTACIÓN

La elección del lenguaje de presentación va de la mano con el desarrollo de la temática, la definición del marco teórico y referencial, la modalidad del trabajo de grado y el nivel de la investigación. Esta decisión permitirá definir el diseño metodológico del mismo y así como los resultados pueden pertenecer al ámbito de las ciencias sociales (comunicación/educación) como al de la estética, de ellas también depende el lenguaje en que se presente el trabajo de grado.

Es necesario insistir que dicha elección no es arbitraria sino que compete al tipo de trabajo en desarrollo. Por ello se establecen las siguientes opciones de lenguaje de presentación:

- 3.5.1 **Vídeo:** sin excepción y considerando todos los géneros, esta opción es necesaria en las propuestas que consideran realizar un programa de televisión o una película de cine o en general, de contenido audiovisual o que el trabajo lo admita. La elección de este lenguaje se condiciona al avance hasta el nivel de interpretación y requiere que se presente el material del proyecto escrito más el vídeo.
- 3.5.2 **Ensayo científico:** para los estudiantes que optaron por hacer monografías o algunos de investigación de campo, la elección del lenguaje sugerido es en la forma de ensayo científico. Esa posibilidad se define con el asesor puesto que se requiere llegar al nivel de interpretación y no necesita ningún otro trabajo de refuerzo.
- 3.5.3 **Radial:** todas las propuestas radiales presentarán la grabación de sus programas piloto o series complementadas con el desarrollo de la propuesta por escrito.
- 3.5.4 **Fotográfico:** sin excepción todas las propuestas de carácter estético de imagen fotográfica requieren presentar el resultado impreso del material fotográfico y el desarrollo del proyecto por escrito. De igual forma procederán quienes requieran ilustraciones de apoyo y las propuestas de fotodocumental. El lenguaje fotográfico por definición, incluye las propuestas estéticas de imagen fotográfica, fotodocumental, fotoreportaje, fotoseriados o aquellas que requieran material fotográfico de apoyo. Sin excepción todas las propuestas de este tipo deberán incluir el proyecto desarrollado.
- 3.5.5 **Proyecto desarrollado:** el proyecto con todos sus pasos desarrollados hasta el texto de las conclusiones. Lo presentan todos los estudiantes menos los que realizan *ensayo científico*.



Universidad del Pacífico  
Superior  
PRESIDENTE

**3.5.6 Material impreso o electrónico:** hace referencia a la elección de lenguajes de presentación relacionados con la producción de prensa escrita, revista, magazine y/o el desarrollo de medios electrónicos o multimedia dentro del marco que la comunicación/educación permite.

#### 4. DISEÑO OPERATIVO

**4.1 Precedentes:** constituyen el sustrato epistemológico de la propuesta del programa y por lo tanto prerrequisito de cualquier actividad relacionada con la práctica.

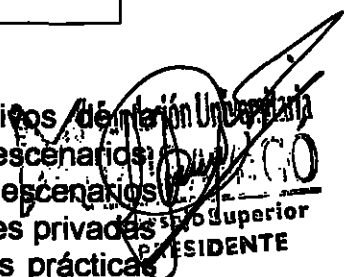
NIVEL	COMPONENTE	ACTIVIDAD
Primer semestre	Ciencias sociales y la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación como saber y discurso.</li> <li>• Metodologías investigación.</li> <li>• Relaciones metodológicas.</li> </ul>
Segundo semestre	Investigación hermenéutica. y	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realidad y signo.</li> <li>• La estética.</li> <li>• Las tecnologías</li> <li>• Cultura e imaginarios</li> </ul>
Tercer semestre	Formas de la semiótica y del discurso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretación de discursos.</li> </ul>
Cuarto semestre	Tendencias periodismo investigativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodismo educativo.</li> <li>• De gestión prevención social.</li> <li>• Alternativo.</li> </ul>

**4.2 Proyectos y prácticas:** a partir del quinto semestre todos los estudiantes se inscriben en una de las líneas de investigación del programa y se asiste a las asesorías programadas semanalmente con el asesor que sea asignado. A partir de aquí se presentan dos etapas importantes en la relación investigación-prácticas a saber, que en el intervalo del séptimo al octavo semestre el proyecto de investigación se realiza en su nivel de campo y elección de lenguaje de presentación.

Quinto semestre	Motivación temática.	Pesquisas preliminares.
Sexto semestre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problematización.</li> <li>• Campo teórico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco teórico y referencial.</li> <li>• Revisión antecedentes.</li> </ul>
Séptimo semestre	Introducción a la práctica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ajuste temático</li> <li>• Recolección elementos de campo</li> </ul>
Octavo semestre	Desarrollo destrezas pertinentes por lenguaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elección lenguaje</li> <li>• Fin trabajo de campo</li> </ul>
Noveno semestre	Desarrollo del diseño metodológico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escritura y vaciado del proyecto a formato FUNLAM.</li> </ul>
Décimo semestre	Escritura final.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación a jurado.</li> <li>• Aprobación.</li> <li>• Ajustes.</li> </ul>

**4.3 La relación prácticas, investigación y escenarios:** los objetivos de investigación así como los de las prácticas definen la relación con los escenarios; es decir, con los "centros de práctica". En esta propuesta se habla de escenarios en tanto las líneas de investigación son abiertas a: instituciones sociales privadas y públicas, a los medios de comunicación propiamente dichos y a las prácticas culturales de la sociedad o sectores de la misma.

<b>Prácticas</b>	<b>Investigación</b>	<b>Escenarios</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para el conocimiento básico.</li> <li>• Para el razonamiento.</li> <li>• Para la comprensión y el sentido de los contenidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formativa</li> <li>• Motiva y orienta</li> <li>• Creativa</li> <li>• Eje de orientación curricular</li> <li>• Para la densidad cultural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instituciones sociales privadas y públicas.</li> <li>• Los medios de comunicación.</li> <li>• Las prácticas culturales: apropiaciones del lenguaje.</li> <li>• Escenarios simbólicos.</li> </ul>


  
 Presidente



**4.4 Intensidad horaria de la práctica:** para el *séptimo semestre* la intensidad horaria de la práctica se define como un curso normal de 64 horas en total. Lo que equivale a 4 horas semanales de las que se propone que el 70% de ellas el estudiante permanezca desarrollando su trabajo de campo, recolección de datos, entrevistas, reconocimiento de dificultades siempre en un escenario definido con relación a su proyecto de trabajo de grado. El 30% restante corresponde a las asesorías programadas para orientar el trabajo y solucionar las dificultades enfrentadas. En el *octavo semestre* la intensidad horaria contemplada es de 80 horas (5 horas semanales) y se propone que la relación se establezca en 50% para la terminación del trabajo de campo en los aspectos relacionados con la recolección de datos y aplicación de instrumentos para ello y 50% para el desarrollo de destrezas relacionadas con el lenguaje elegido. El énfasis de este nivel está centrado en esas destrezas que se traducen en una propuesta completa desde la modalidad de trabajo seleccionada.

El Comité Curricular ha acordado revisar en el segundo semestre de 2002 la intensidad horaria de la práctica y hacer una intensificación de la misma en el último semestre (10) Cuando los estudiantes cuentan con una formación más completa como comunicadores.

Escuela Universitaria  
2002  
Consejo Superior  
PRESIDENTE

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MANUAL DE PRÁCTICAS**

***1. DE LA DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA PRÁCTICA.***

La práctica en el programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó se entiende como conjunto de actividades académicas relacionadas con el proceso de formación y que se inicia en el séptimo semestre para concluir en el octavo. El eje de orientación curricular de la práctica es el de la *investigación*. Los trabajos de grado, insertos en cualquiera de las cuatro líneas de investigación se desarrollan en función de la investigación y la práctica.

La práctica es un espacio de experimentación que facilita el aprendizaje y prepara para el conocimiento básico, el razonamiento y la comprensión de fenómenos del campo de la comunicación/educación.

***2. DEL OBJETO DE LA PRÁCTICA.***

La práctica no es una aplicación descontextualizada, mecánica o funcional de modelos teóricos. La práctica del programa de Comunicación Social obedece a una cultura formativa en el marco de:

- La recuperación de procesos de producción simbólica.
- El reconocimiento de contextos históricos, socioculturales y políticos.
- El reconocimiento, identificación y comprensión de los productos de la industria cultural.
- La búsqueda de relaciones con el poder y las identidades.

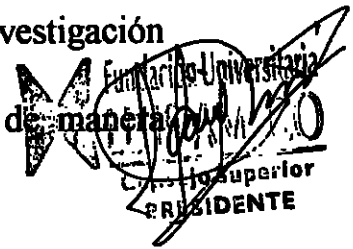
Fundación Universitaria Luis Amigó  
Canciller Superior  
PRESIDENTE

La práctica se inscribe en el propósito de formar un profesional de la *comunicación* que geste procesos de socialización, estrategias de comunicación e implemente las nuevas tecnologías en escenarios dinámicos y complejos.

### ***3. DE LOS ESCENARIOS DE PRÁCTICA.***

Se entiende por escenarios de práctica todos los lugares o espacios sociales o institucionales así como medios de comunicación y procesos relacionados con ella en donde se identifiquen las variables que cada trabajo de grado esté proponiendo e investigando. Esos espacios pueden ser:

- Instituciones de carácter educativo privadas o públicas.
- Instituciones o instancias administrativas públicas.
- Organizaciones no gubernamentales vinculadas a procesos de investigación y reconocimiento de escenarios simbólicos.
- Calles o territorios apropiados culturalmente por la sociedad de manera simbólica.
- Los medios de comunicación.
- Lugares tradicionales o rituales: cementerios, iglesias, hospitales.
- Cooperativas y organizaciones comunitarias.
- Empresas privadas relacionadas con la producción o difusión de bienes culturales.



### ***4. DE LOS REQUISITOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.***

Para iniciar la práctica del programa de Comunicación Social es necesario:

- Estar matriculado en el programa de Comunicación Social.
- Haber cursado y aprobado los cursos diseñados como sustrato epistemológico del programa en el eje de investigación y que aparecen como *prerrequisitos* (nivel 1-4)
- Elegir una temática de investigación en las líneas propuestas por el programa.

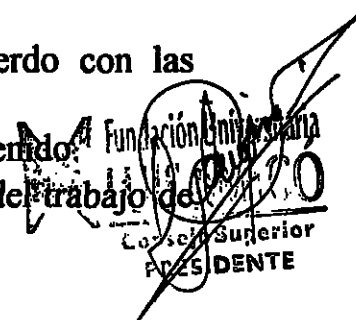
- Cumplir con el programa de asesorías y trabajo de campo.
- Atender las indicaciones que los responsables de los escenarios de práctica consideren pertinentes y que se harán explícitas en los convenios institucionales respectivos.

Nota : La práctica se considera una actividad de tipo académico e investigativo por la cual el estudiante s no recibe un beneficio económico de tipo salarial.

## ***5. DE LA COORDINACIÓN Y ASESORÍA.***

La coordinación de prácticas del programa de Comunicación Social es la instancia académica desde donde :

- Se apoya la labor de prácticas de los estudiantes de acuerdo con las necesidades y retos que resultan del trabajo de investigación.
- Se garantiza el desarrollo de la práctica durante el tiempo convenido.
- Se orienta la realización de la práctica en función de la línea de trabajo de investigación.
- Se seleccionan y evalúan centros e instituciones de práctica.
- Se sistematiza información de los proyectos.
- Se planea la inducción.
- Se informa y apoya a la dirección del programa de Comunicación Social.
- Existe un Comité de Investigación y Práctica conformado por:
  - La Dirección del Programa de Comunicación Social.
  - La Coordinación de Prácticas.
  - Los Docentes del área de investigación.



## ***6. DEL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN.***

Para la investigación y la práctica, la evaluación se entiende como aquel proceso de análisis y verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos. El seguimiento es un proceso complementarios para acompañar el desarrollo del trabajo y que busca corregir, orientar y aportar elementos generales. El seguimiento y la evaluación se reporta a través de informes

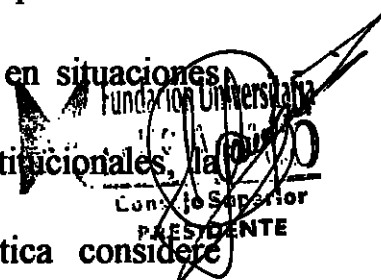
acerca de las actividades y logros frente a un programa de trabajo general. En ningún momento las instancias y formas de evaluación serán diferentes a las propuestas por el reglamento académico. La autoevaluación expresará el cumplimiento de objetivos académicos dentro de todo el proceso.

El Programa hará reconocimiento de aquellas experiencias significativas, creativas e innovadoras que en el campo de la práctica/investigación realicen los estudiantes.

## **7. DE LA CANCELACIÓN DE LA PRÁCTICA.**

La práctica podrá cancelarse por los siguientes motivos, razones o circunstancias:

- Según lo estipulado en el capítulo VIII del reglamento estudiantil en los artículos 67 a 75.
- Por solicitud de la institución vinculada como agencia de práctica si la hubiera.
- Por comprometimiento del buen nombre de la FUNLAM en situaciones que son responsabilidad del estudiante.
- Por cualquier conducta que atente contra las políticas institucionales, la moral y derechos constitucionales.
- Por aquellas condiciones que el Coordinador de práctica considere ameritan la suspensión o cancelación.



## **8. DE LA PÉRDIDA DE LA PRÁCTICA.**

La práctica se considerará perdida cuando:

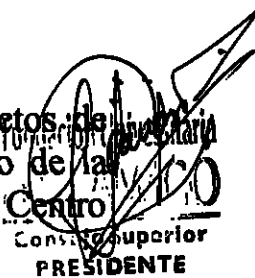
- El resultado de la autoevaluación y coevaluación sea menor a BUENO.
- Cuando no se cumpla con los objetivos propuestos.
- Por inasistencia a los escenarios, centros de práctica o asesorías.
- La práctica no es objeto de recuperación final.

## **9. DE LOS CONVENIOS.**

Toda práctica deberá estar formalizada en un Convenio que establece las condiciones, deberes y derechos, intensidad horaria, responsabilidades entre la Universidad y la institución o responsable del escenario en donde se lleve a cabo dicha actividad. Para los convenios se seguirá el modelo institucional que tiene la FUNLAM.

## **10. DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.**

Se deberá mantener una relación actualizada del estado de los proyectos de investigación ya que son ellos los que marcan la pauta del desarrollo de la práctica. Esa relación describirá el tipo de proyecto y se anexará con el Centro de Práctica respectivo.



Consejo Superior  
PRESIDENTE

## **11. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS ESCENARIOS DE PRÁCTICA.**

Los siguientes son los criterios propuestos para seleccionar los escenarios de práctica en el programa de Comunicación Social:

- Que permitan desarrollar elementos contenidos en el proyecto de investigación.
- Que hayan enviado carta de intención al programa con el propósito de vincular a los estudiantes como practicantes.
- Que tenga relación con el énfasis del programa (educación).
- Que el estudiante lo solicite o lo gestione.