

CRONICA

DE LA FACULTAD

FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL

Reseña Histórica

Los primeros cursos de enseñanza del Periodismo en Colombia fueron organizados por la Universidad Javeriana en 1936, dependientes de la Facultad de Filosofía y Letras. En julio de 1949 se organizó la Escuela de Periodismo, que fue reconocida años más tarde por el Ministerio de Educación Nacional, mediante las Resoluciones 3537 de octubre de 1963 y 0701 de abril de 1967. En el año de 1964 la Escuela abrió la sección de Relaciones Públicas y en 1965, año en el que se le dio el nombre de Escuela de Comunicación Social, ofreció el primer curso de Radio y Televisión para graduados. Finalmente, en 1970, la Escuela fue elevada a la categoría de Facultad de Comunicación Social y reconocida oficialmente por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES. Actualmente el número total de estudiantes matriculados asciende a 305.

Objetivos.

La Facultad de Comunicación Social se propone:

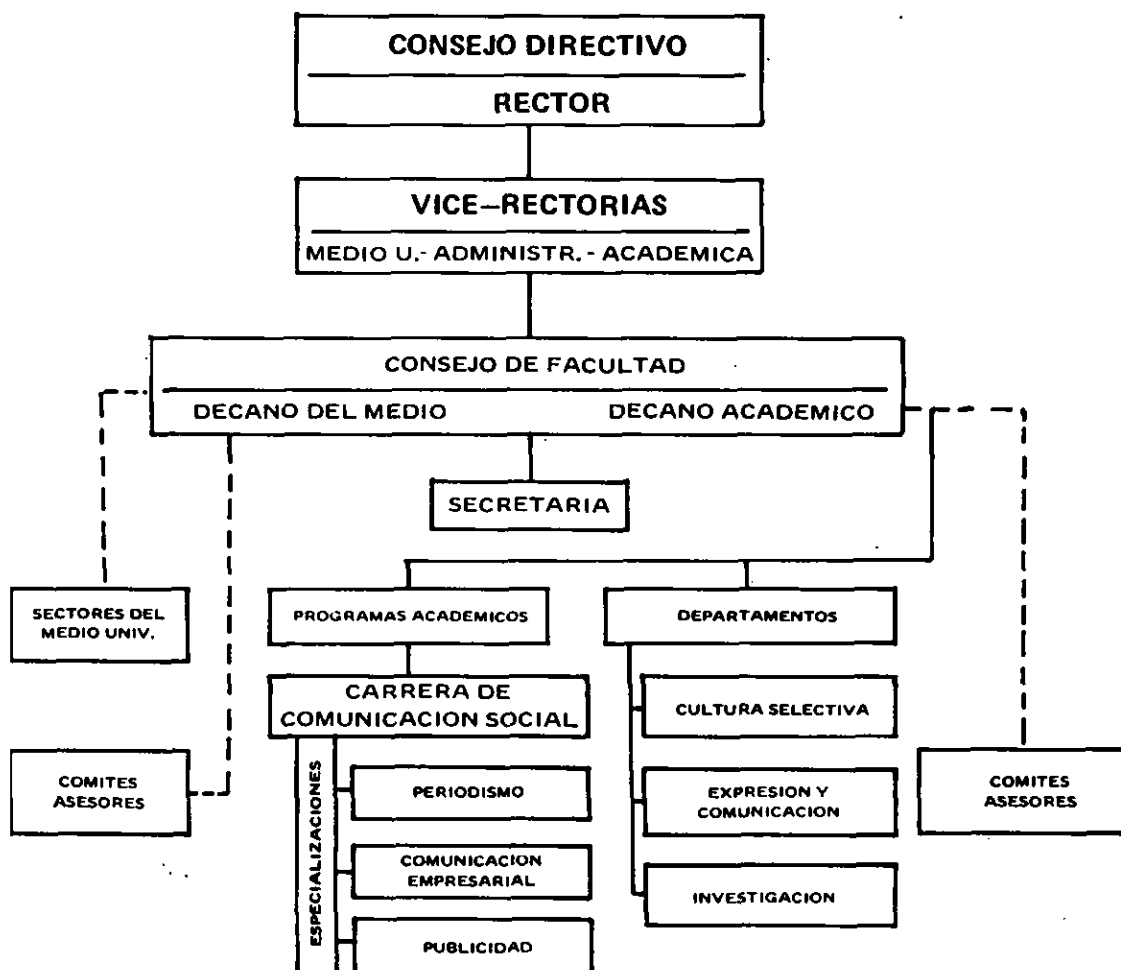
1. Formar Comunicadores Sociales integrales que presten un servicio efectivo al país en los campos del Periodismo, la Comunicación Empresarial y la Publicidad.
2. Contribuir al logro de una sociedad más justa, más fraternal y más humana, mediante la formación integral de profesionales que —fundamentados en una cultura humanística y sociológica modernas y en la investigación científica— sean verdaderos agentes de cambio social.
3. En cuanto al Programa de Periodismo: capacitar al estudiante para la redacción periodística, el manejo de las fuentes de información y la presentación adecuada de eventos mediante la confección de impresos.
4. En cuanto al Programa de Comunicación Empresarial: capacitar al estudiante para que, conociendo los múltiples elementos que integran una empresa y sus inter-relaciones, sea capaz de promover un efectivo sistema de comunicación dentro de ella.
5. En cuanto al Programa de Publicidad: capacitar al estudiante para que, mediante la conjugación eficaz de diversos elementos, sea capaz de diseñar y manejar mensajes a través de los medios audiovisuales para lograr la comercialización de productos y servicios.

Organización

La Facultad ofrece, con título de comunicador, la Carrera de Comunicación Social. La dirección general está a cargo del Consejo y de los Decanos Académico y del Medio Universitario. Desde el punto de vista académico está dividida en Departamentos, así: (1) Dpto. de Cultura Selectiva (2) Dpto. de Expresión y Co-

municación y (3) Dpto. de Investigación. Cada Departamento cuenta con un Director, quien es el responsable inmediato de la marcha académica del mismo. La organización académico - administrativa de la Facultad se puede apreciar en el organigrama que se muestra a continuación.

FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL ORGANIGRAMA



AREA DEL MEDIO UNIVERSITARIO EN LA FACULTAD DE COMUNICACION

Corresponde al área del Medio Universitario favorecer la creación de un clima humano que permita a los miembros de la Universidad Javeriana una mejor formación integral y un mejor desempeño de sus funciones, en las diversas actividades necesarias para la marcha de la Universidad. (Estatutos pág. 12, No. 64).

Son actividades peculiares suyas aquellas que tienden a incrementar la comunicación e integración entre quienes forman la comunidad Universitaria y a promover en ellos los valores que imprimen dignidad a la persona humana y que corresponden a intereses, necesidades y aspiraciones que van más allá de lo meramente académico y administrativo. (Estatutos pág. 12, No. 65).

Esencial para el logro del objetivo último de la Universidad Javeriana y preocupación específica de esa Area, será la formación de la conciencia religiosa, social, moral y ética de los miembros de la comunidad universitaria y la creación de actitudes acordes con los valores cristianos que les permitan afrontar en forma responsable sus compromisos de servicio a la sociedad que los rodea. (Estatutos pág. 12, No. 66).

Sectores del Area del Medio Universitario.

Para cumplir los objetivos del área del medio universitario estará representada por Comités que cubren los diversos sectores:

– Pastoral y formación social y religio-

sa. “Campamento Misión” – Conferencias.

– Salud y asesoría psicológica.

– Cultural y Deportivo – Concursos.

Relaciones y ayudas. – Periódico Signo – Revista Signo y Pensamiento.

Consejería – Asociación de Egresados.

El Sector Pastoral, bajo la responsabilidad del Asesor Espiritual y del Comité respectivo, se encarga de las actividades que promueven el crecimiento y maduración de la fe y de los valores humanos a la luz del Evangelio, de las actividades pastorales, litúrgicas y de proyección social.

El sector de salud se preocupa de la conservación, recuperación y rehabilitación de la salud física y mental de los miembros de la comunidad universitaria.

El sector Cultural y Deportivo se encarga de las publicaciones de periódicos y revistas, crea un clima de integración comunitaria a través de actividades culturales, artísticas y recreativas.

El sector de relaciones y ayudas propicia la interrelación de sectores dentro y fuera de la Facultad y fomenta las relaciones con egresados, posibles candidatos y con los medios; y ayuda a quienes no pueden entrar a la Facultad o proseguir la carrera por falta de recursos.



PROCESO DE REVISION DE CURRÍCULO

Desde que se creó la Escuela de Periodismo (1949) hasta la aprobación de la Facultad de Comunicación Social, se ha registrado una constante preocupación por el mejoramiento de la acción educativa y por la preparación profesional de los egresados.

Muchas reformas se han hecho al plan de estudios con el fin de responder mejor a las necesidades de formación personal y profesional de los Comunicadores según las exigencias de la época y los avances científicos y tecnológicos de la Comunicación.

En todas ellas han intervenido directivos, profesores, estudiantes, egresados y empleadores.

Desde 1971 el Consejo de la Facultad creó el Comité de Currículo para el desarrollo y evaluación del plan de estudios. Este Comité es asesor de los decanos y dio impulso y rigor científico a la formación de los Comunicadores en el pasado y hoy es una institución permanente integrado por los Decanos, los Directores de Departamentos y de cursos de Énfasis profesionales.

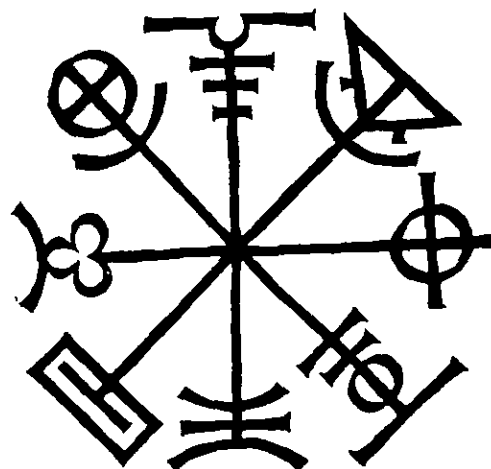
Los objetivos del Comité son la elaboración de un modelo para un plan de programación curricular, la revisión cons-

tante del plan vigente, la elaboración de alternativas de solución a los problemas académicos a través de la investigación y el estudio según un Diseño metodológico que presentaremos gráficamente.

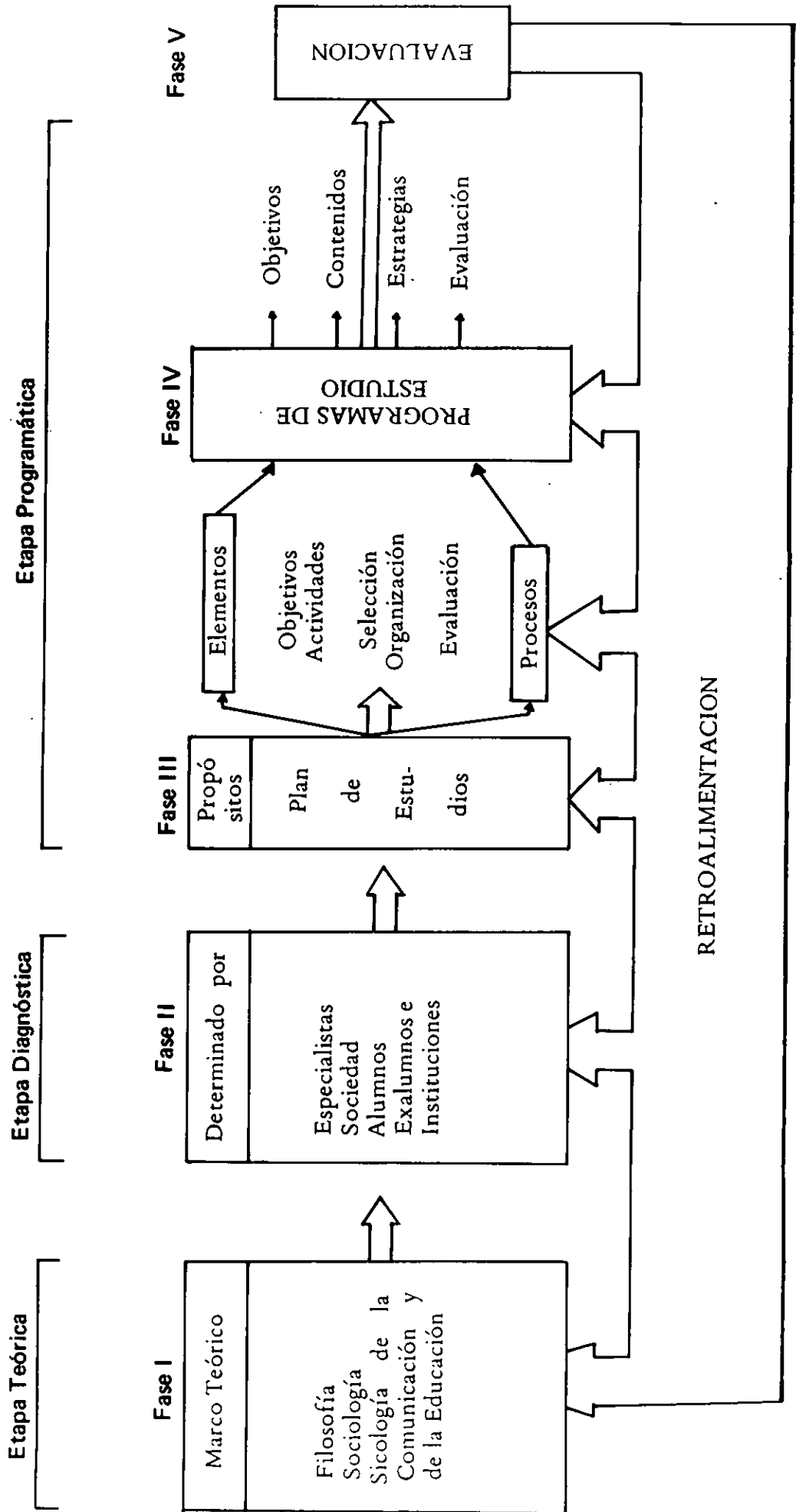
Parte de la **etapa teórica** de reflexión sobre documentos eclesiales, de la Compañía de Jesús y de los principios de la Universidad Javeriana, lo mismo que de la visión de las diversas disciplinas, tales como la filosofía, la psicología, la sociología sobre la Comunicación que constituyen los trabajos que irán apareciendo en la revista "Signo y Pensamiento".

Viene luego, una **etapa diagnóstica** que identifica las posibles discrepancias entre el "ser y el deber ser" de la formación; entre formación, práctica y necesidades de la Sociedad Colombiana para hacer en la programación curricular los debidos ajustes.

La **etapa programática** que modifica el plan vigente a partir de los objetivos de la Facultad, de la reflexión desde las directivas de la Universidad y de un perfil aproximado del Comunicador, nos lleva a la elaboración de nuevos modelos que se presentarán a las directivas para su aprobación.



MODELO DE DISEÑO CURRICULAR



Explicación del Modelo:**FASE I: Referencias Teóricas**

Esta etapa se centra en revisar aquellas referencias normativas y científicas que influyen en la determinación de los propósitos educativos que pretende lograr la Facultad: Iglesia, Filosofía, Sociología, Psicología y Educación.

FASE II: Referencias Empíricas

Conscientes de que el currículo no se da aislado de una sociedad concreta, y que ésta ejerce presión sobre los perfiles de formación que imparten las universidades.

En esta etapa se desarrollan algunas investigaciones dirigidas a identificar:

- El perfil de trabajo que una muestra de empresas de comunicación en Bogotá está exigiendo al profesional egresado.
- El grado de satisfacción con el currículo vigente tanto de alumnos como egresados; las recomendaciones de revisión que desearían los docentes actuales y las opiniones de una muestra de expertos en comunicación social acerca de cuál debería ser el perfil del comunicador social egresado.

Las Fases I y II deben realizarse simultáneamente y el Comité procederá a analizar la coherencia entre las exigencias teóricas (Fase I) y las exigencias empíricas (Fase II).

FASE III: Determinación de Propósitos y Revisión del Plan de Estudios.

Las dos fases anteriores concluyen con la elaboración de un documento sobre el perfil del comunicador social. Este documento establece las bases fundamentales para revisar y actualizar.

- Los propósitos educativos de la Facultad.
- Los objetivos generales de cada Departamento.
- La secuencia y articulación de las asignaturas.
- La estructura y funcionamiento de los Departamentos.
- Las áreas de Enfoque Profesional.
- La duración de la carrera.
- La acreditación académica.
- Los sistemas de evaluación.

FASE IV: Revisión de Programas

Las fases anteriores culminan con una revisión de los programas de cada materia. Esta implica una evaluación del grado en que sus objetivos, contenidos, estrategias de instrucción y evaluación son coherentes con los enfoques y propósitos de la Facultad.

FASE V: Evaluación de la Innovación.

El Comité de Currículo debe prever la realización de una innovación en forma gradual, con evaluaciones permanentes, que permitan procesos de retroalimentación.