

Educación para vivir mejor

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
Facultad de Comunicación Audiovisual
2018

una propuesta de
Jorge Humberto Moreno Salazar

PUNTO DE PARTIDA

Por encima de cualquier disciplina del conocimiento, la formación humanista de un profesional, técnico o tecnólogo, debe ser preponderante. No se concibe que un ser humano esté lleno de conocimientos y vacío de valores que le permitan convivir en armonía con su entorno.

No podemos seguir persistiendo en la idea de una Facultad de Comunicación Audiovisual, que por su énfasis, solo transmite un panorama limitado de sus egresados hacia el mercado laboral y la nueva realidad de las comunicaciones. El área audiovisual de las comunicaciones, sí que experimenta cambios continuos desde lo conceptual y lo tecnológico. No se puede dar un mensaje equivocado de que el producto académico limita a sus estudiantes sólo a un área de desempeño en medios audiovisuales, dejando de lado la pertinencia que exige la sociedad de un comunicador; que debe ser más integral, más dinámico, más recursivo, más acorde con esta era digital.

De igual manera, el egresado de comunicaciones del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, deberá tener la experticia necesaria para el emprendimiento. Deberá dejar de lado la mentalidad de que solo está capacitado para poner sus conocimientos y habilidades al servicio de las empresas tradicionales del sector, sino que posee la actitud y la aptitud para crear empresas innovadoras, rentables y generadoras de nuevos empleos.

De estas reflexiones, se desprende la visión que respetuosamente presento a continuación, acerca del nuevo rumbo de la actual Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. En conclusión, los tres ejes de la propuesta se fundamentan en:

- **Formación humanista**
- **Formación para el diseño y producción en medios digitales**
- **Formación para el emprendimiento**

HACIA UNA FACULTAD MODERNA Y CON PERTINENCIA

En el presente y hacia el futuro, el nuevo profesional de las comunicaciones tendrá que adaptar sus conocimientos y experticias hacia las nuevas demandas de la sociedad, ofreciendo conocimientos y destrezas renovadas, afincadas en un claro sentido social, ético y teórico, que soporten la argumentación de sus acciones.

La facultad no deberá tener apellidos, o por lo menos no aquellos que enmarquen a sus egresados en ejercicios que han migrado hacia nuevas tecnologías o están camino hacia ellas. Decir hoy en día que el comunicador del Politécnico es audiovisual, es limitar su campo de acción en un mercado perceptivo, donde la mayoría de quienes seleccionan personal en las empresas o acuden a sus servicios, no conocen del tema o requieren comunicaciones a otro nivel.

En el caso de las tecnologías, deberán modernizar su pensum y evaluar de manera permanente, qué pertinencia tienen en la sociedad. El nuevo tecnólogo de la facultad deberá ofrecer valores agregados que lo vuelvan competitivo en el mercado y que lo direccionen hacia el emprendimiento de sus propios proyectos. Para ello deberá reforzarse su formación con materias que le permitan administrar sus propios recursos, hacer economías de escala, valorar sus servicios y proyectar a futuro sus propias empresas.



“La Cátedra Magistral”

Profesionales en comunicación mal informados, no son buenos profesionales. La comunicación implica, en sí, el liderazgo en la opinión del público y la orientación a los perceptores. ¿Qué liderazgo y qué orientación puede tener un comunicador que desconoce consciente o inconscientemente su entorno, sus antecedentes, realidades y visiones futuras? Como se dice popularmente, “muchos no sabe dónde están parados”.

Se propone la creación de **“La Cátedra Magistral”**, un espacio desde el que se produzca conocimiento, análisis y discusión de la realidad de todos los temas de palpitante interés, orientados por personajes ampliamente conocedores de dichos temas y que gocen de prestigio y reconocimiento público para generar mayor interés de los estudiantes en estos espacios, a los cuales incluso se les debería asignar una evaluación cualitativa y cuantitativa.

Maestros que inspiren

*“El maestro mediocre cuenta. El maestro corriente explica.
El maestro bueno demuestra. El maestro excelente inspira”.*

William Arthur Ward.

La facultad requiere de docentes probos en todos los sentidos. Personas que tengan la capacidad de presentarles a sus alumnos las diversas posibilidades frente a una misma oportunidad. Seres humanos preparados para entender el pensamiento humano desde cualquier perspectiva ideológica, conceptual, religiosa, cultural, etc... Inspiradores que desde las buenas prácticas de su ejercicio profesional, motiven la imaginación, el respeto y el gusto por la comunicación desde cualquiera de sus especialidades.

Los docentes de tiempo completo deberán ser tutores permanentes de sus alumnos, gracias a un esfuerzo constante por mantenerse actualizados. Muchas veces los estudiantes revalúan esta modalidad de profesores, porque no ven en ellos experiencias prácticas en la profesión.

Evaluaciones que dejen huella

Del docente hacia el estudiante:

El docente cuando evalúa a sus estudiantes debe tener un carácter independiente, desprovisto de preferencias subjetivas que distorsionen la evaluación. Los docentes nunca deben de perder de vista su rol dentro del proceso de formación. No son los mejores amigos, pero tampoco los jueces implacables de sus alumnos. Madurez y dimensión de su responsabilidad.

La evaluación no premia esfuerzos, dimensiona resultados. Esto no significa que el docente desconozca las acciones de mejora que puedan implementar sus alumnos.

Las evaluaciones grupales suelen ser altamente subjetivas cuando se encaminan a que un solo producto califique el aprendizaje de todos sus integrantes. Deberán ser mínimas dentro del universo de evaluaciones del semestre.

De la facultad y los alumnos hacia el docente:

Lo más importante es que esas evaluaciones, en las que participan la facultad y los estudiantes, tengan efectos prácticos y acciones de mejora visibles. De nada sirve que los estamentos sean convocados para una evaluación y de ella no se desprendan acciones prácticas.

Por ello, los resultados de las evaluaciones a los docentes deben ser hechas con sumo esmero y a ellas se les debe sumar un seguimiento efectivo que decano y jefes de área mantengan sobre las actividades cotidianas o sobre las coyunturas especiales en la relación: docente-estudiante, docente-facultad.

A veces las relaciones facultad-docentes de cátedra es alejada, se limita solo en la mayoría de las oportunidades a dictar los parámetros fundamentales para la marcha de las cátedras fijadas con ellos. La facultad debe buscar la forma de mantenerlos integrados a su devenir, sin interferir con el tiempo que ellos dedican a sus demás actividades profesionales y personales.

La información con ellos debe ser fluida a través de medios ágiles y directos. Todo el estamento directivo y administrativo de la facultad debe estar presto a resolver inquietudes de los catedráticos a cerca de evaluaciones, reglamentos, derechos y deberes, normas vigentes, fechas claves de recepción de notas, cambios y determinaciones internas, convocatorias, reglamento para el préstamo y entrega de equipos, etc..

POSICIONAMIENTO Y REPUTACIÓN DEL COMUNICADOR DEL POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID

El egresado de la facultad debe generar niveles de percepción en el mercado laboral y de servicios, que lo ubiquen en puestos privilegiados en cuanto al nivel de confianza que representa por sus conocimientos y capacidades para el ejercicio de su profesión.

Es apremiante que desde la facultad se hagan ingentes esfuerzos por ampliar las relaciones académicas, empresariales y promocionales, que potencien la imagen del comunicador del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. La unión universidad-empresa-sociedad, debe generar resultados óptimos en la ubicación laboral de nuestros egresados y en el reconocimiento de sus altas calidades académicas y personales.

MEJORES RECURSOS, LABORATORIOS Y PRÁCTICAS

La teoría es más comprensible, si es probada y contrastada con la realidad. Para ello es necesario contar con los recursos físicos necesarios, que van desde las buenas condiciones locativas de la facultad, hasta la implementación, dotación y modernización de los laboratorios de prácticas.

Las materias del pensum ubicadas en el área profesional, deben perfeccionar sus prácticas y contar con espacios aptos para realizarlas, dándole la oportunidad a cada estudiante y a los grupos de trabajo de aplicar los conocimientos recibidos. Estas prácticas deben incentivar también la generación de nuevas ideas que motiven al estudiante a darle valor agregado a las mismas.

A parte de mejorar estos espacios de práctica existentes, es necesario dotar a la facultad de salas con computadores que sirvan de talleres de producción periodística y literaria, diseño gráfico, diseño web, etc...

Prácticas profesionales:








Ubicar estratégicamente a cada estudiante en su práctica, está íntimamente ligado a los réditos que se puedan obtener frente a las estrategias de posicionamiento y reputación de la facultad. Cada estudiante en prácticas es un legitimador de nuestro producto y talento profesional. Ubicarlos en empresas que les puedan brindar grandes experiencias, es un compromiso de la facultad, soportado por las buenas relaciones empresa-universidad.

Una de las acciones inmediatas para perfeccionar este proceso definitivo en el ciclo de preparación de los discentes, será revisar y actualizar, con base en experiencias de facultades homólogas, el reglamento de prácticas de la facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. De igual forma se escucharán inquietudes y nuevas propuestas de egresados y empleadores, para enriquecer dicho reglamento.

Nuevas unidades de negocio:

Aprovechando la unión entre conocimiento y experiencia de los docentes y disposición de los estudiantes, a parte de su ilimitada imaginación para crear proyectos de emprendimiento y generar nuevas ideas, la facultad pondría en marcha unidades de negocio en las áreas de investigación, diseño, producción, asesoría y operación de productos comunicacionales dirigidos a empresas públicas y privadas.

Propuesta inicial de unidades de negocio de la facultad:

-  Investigaciones de mercado, consumo, tendencias y opinión, en asocio con unidades académicas del Politécnico especializadas en estadística, ofrecidas a entidades del sector público y privado.
-  Diseño de estrategias web, páginas web, operación de redes sociales, evaluaciones de impacto de redes, etc...
-  Pre-producción, producción y post-producción de videos, comerciales, programas y demás productos audiovisuales.
-  Asesoría en el montaje de eventos.
-  Operación y logística de eventos y campañas.
-  Pre-producción, producción y post-producción de piezas y programas radiales y/o sonoros.
-  Elaboración de contenidos periodísticos.

LA INVESTIGACIÓN, UNA FUERZA MOTRIZ

Los semilleros con que cuenta la facultad deben ser analizados en su misión, visión y objetivos, los cuales deben ser potenciados y actualizados, para ponerlos a tono con las nuevas alternativas que presenta la comunicación y su responsabilidad social. Estos semilleros deben ser llamativos para los estudiantes, de manera que se interesen en participar masivamente de acuerdo con sus áreas de interés.

Los productos de cada semillero de investigación deben ser unidos a los planes de las nuevas unidades de negocio propuestas y a los tres ejes expuestos en este documento.

El estudio de los fenómenos sociales y la incidencia de la comunicación en ellos, los nuevos lenguajes de la comunicación, la multimedialidad, el fenómeno del prosumidor, el análisis del impacto de las nuevas tecnologías en las personas, las narrativas transmedia; son algunos de los temas que deben llevarnos hacia nuevos semilleros; más activos, con resultados visibles y con generación de valores agregados para los investigadores.

LA ERA DE LA VIRTUALIDAD EN MATERIAS DEL PENSUM

Esta facultad de Comunicación, con una orientación definitiva hacia las nuevas tecnologías, debe ser líder en la implementación de materias del pensum dictadas a través de la virtualidad, alternada de manera adecuada con la presencialidad. De acuerdo con las temáticas de cada asignatura, será necesario analizar las probabilidades que se tienen de una adecuada orientación, al igual que de la evaluación de las mismas.

Las materias de tronco común, destinadas a implementar las bases teóricas de los programas, pueden ser las primeras en hacer parte de las que se orienten a través del medio virtual, de acuerdo con el porcentaje planteado inicialmente por la rectoría entre presencialidad y virtualidad.



Con este documento, fruto de una profunda reflexión y de un vínculo con la facultad y la institución, que comenzó en 1997, además de mi experiencia académica y profesional referida en mi hoja de vida, me permito presentar mi aspiración a ser Decano de la Facultad de Televisión y Radio del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Me acompaña la noble convicción de que puedo aportar desde mi ejercicio de vida y desde mi trayectoria profesional, elementos fundamentales para liderar hacia el futuro los nuevos horizontes de esta unidad académica, que ha cimentado en cientos de personas, las bases para afrontar con decisión los retos de un mundo cada vez más intercomunicado.

Jorge Humberto Moreno Salazar

Comunicador Social - Periodista
Especialista en Alta Gerencia

Medellín, febrero 23 de 2018