



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**

MONTERÍA

**LINEAMIENTOS GENERALES DE
INVESTIGACIÓN – 2da edición**

[PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL -
PERIODISMO]

[El presente documento constituye el abordaje de la investigación científica en el Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería y su articulación con la investigación formativa.

Este documento se construyó a partir de la información recopilada en el *Lineamientos Generales de Investigación* realizado en Julio a Diciembre de 2015]

ANA LORENA MALLUK MARENCO
[Julio a Diciembre de 2015]

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

1.1. INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.

1.1.1. Grupo de Investigación Comunicación y Educación -COEDU.

1.1.2. Línea de Investigación Comunicación y Educación.

1.1.3. Estado actual de la investigación científica en el Programa de Comunicación Social – Periodismo.

1.1.4. Rediseño de La Línea de Investigación Comunicación y Educación.

1.2. INVESTIGACIÓN FORMATIVA.

1.2.1. Plan de Estudio.

1.2.2. Semilleros de Investigación.

1.2.3. Trabajo de Grado.

2. EL COMITÉ DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

3. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN CULTURA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

3.1. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.

3.2. INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO JUSTIFICACIÓN DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN CULTURA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN.

3.2.1. Importancia de la Línea de Investigación.

3.2.2. Pertinencia de la Línea de Investigación.

3.2.3. Interés curricular e interés institucional para abordar esta problemática.

3.2.4. Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación.

3.2.5. Sublíneas de Investigación.

3.2.6. Investigadores de la Línea Cultura, Comunicación y Educación.

3.3. INVESTIGACIÓN FORMATIVA EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

3.3.1. Manual de Trabajo de Grado del programa de Comunicación Social – Periodismo.

3.3.1.1. El Trabajo de Grado.

3.3.1.1.1. Objetivos del Trabajo de Grado.

3.3.1.1.2. Línea y Sublíneas de Investigación del Trabajo de Grado.

3.3.1.1.3. Modalidades del Trabajo de Grado.

3.3.1.1.3.1. Investigación Básica: Investigación de Tipo Conceptual.

3.3.1.1.3.2. Investigación Aplicada.

3.3.1.2. Cursos de Investigación para el desarrollo del Trabajo de Grado.

3.3.1.2.1. Investigación en Comunicaciones I.

3.3.1.2.2. Investigación en Comunicaciones II.

3.3.1.3. El Director del Trabajo de Grado o Asesor Temático.

3.3.1.4. El Estudiante de Trabajo de Grado.

3.3.1.5. Evaluación del Trabajo De Grado.

3.3.1.6. Varios.

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

1.1. INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

1.1.1. Grupo de Investigación Comunicación y Educación -COEDU

En el año 2008 el Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería creó el Grupo de Investigación Comunicación y Educación COEDU, como unidad básica de generación de conocimiento científico para trabajar alrededor de la comunicación como campo del conocimiento. En este sentido, aborda temáticas relacionadas con la comunicación como disciplina, formula problemas de interés, traza planes estratégicos y produce resultados de conocimiento sobre el tema en cuestión.

La Pertinencia de la línea en términos de necesidad u oportunidad se justifica en el vergonzoso penúltimo lugar que ocupa el departamento de Córdoba en cuanto a los niveles de calidad de la educación en Colombia; lugar que compromete a la academia, en conjunto con otras organizaciones, a realizar una reflexión profunda en cuanto a los procesos educativos, para generar estrategias que permitan aportar el desarrollo de las instituciones educativas de la región.

En el documento de *Creación del Grupo COEDU* en 2008 presentado ante el CIDI, se registra la siguiente información:

IMPORTANCIA DEL GRUPO COEDU. Con la actividad realizada en el grupo se generarán procesos de cambio educativo que a su vez favorecerán el desarrollo de la Región Caribe. Esto contribuirá a la proyección social de la Programa de Comunicación Social – Periodismo y de la Universidad Pontificia Bolivariana que tiene como uno de sus objetivos principales: construir la identidad y el sentido social de las profesiones mediante proyectos de investigación y de servicio social. Además, el grupo va a constituir un espacio de reflexión permanente sobre la relación comunicación – educación la cual no se ha considerado como una línea de investigación en las universidades de la costa Atlántica pero sí en organizaciones educativas del interior del país, de Latinoamérica y España, lo cual ayudaría a ampliar este campo de conocimiento desde un contexto específico, como lo es la región Caribe colombiana. Por último, otro aspecto importante es la transferencia del conocimiento a través de: la divulgación de los resultados en los diferentes medios de comunicación, la devolución de los resultados de la investigación a las comunidades donde se desarrolla el trabajo, la capacitación a los públicos en los que se puedan aplicar las recomendaciones surgidas en los estudios realizados, etc.

OBJETIVO DE COEDU. Articular la comunicación con la educación como una vía para propiciar cambios tanto en los medios masivos como en los procesos educativos.

MISIÓN DE COEDU. Desarrollar un proceso de replanteamiento de la comunicación en la que ésta juegue un papel mediador tanto en la articulación instituciones educativas, tecnología, ciencia y sociedad; como en la participación de las comunidades en sus propios procesos de desarrollo social, en la región Caribe colombiana.

VISIÓN DE COEDU. Consolidar los procesos investigativos que se realicen en los diferentes ámbitos de análisis de la relación comunicación y educación, entre los que se encuentran la alfabetización audiovisual, las mediaciones comunicativas y la comunicación para el cambio social; con el propósito de contribuir al desarrollo educativo y social de la región Caribe colombiana.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN. Comunicación y Educación.

SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN. Alfabetización Audiovisual
 Mediaciones Comunicativas
 Comunicación para el cambio social
 Organizaciones.

INTEGRANTES DEL GRUPO COEDU. Julián Forero Sandoval – Coordinador
 María Cecilia Pérez Berrocal – Investigadora
 Ana Lorena Malluk Marengo – Investigadora
 Flora del Pilar Fernández Ortega – Investigador

1.1.2. Línea de Investigación Comunicación y Educación

Después de analizar la relación Comunicación – Educación, se estableció un espacio de reflexión al interior de la comunidad académica del Programa para identificar las universidades del país que abordan esta relación a través de los grupos de investigación. Los resultados evidencian que no existen instituciones de educación superior en la costa Atlántica especializadas en esta temática; aunque en Latinoamérica y España se han realizado estudios que contribuyen a ampliar este campo de conocimiento (*Ver documento Justificación de la Línea de Investigación Comunicación y Educación – Disponible en: archivo digital Programa de Comunicación Social - Periodismo*).

Con la creación de la Línea de Investigación Comunicación y Educación, se da paso a las Sublíneas Alfabetización en Medios, Mediaciones comunicativas, Comunicación para el cambio social y Organizaciones, que representan los diferentes ejes temáticos de la relación Comunicación – Educación.

Cuadro No. 01. Línea de Investigación Comunicación y Educación.

Línea	Objetivo
Comunicación y Educación	Articular la comunicación con la educación para propiciar cambios no sólo en los medios masivos, sino también en los procesos educativos.

Cuadro No. 02. Sublíneas de la Línea de Investigación Comunicación y Educación.

Sublínea	Objetivo
Alfabetización en Medios	Formar a los actores educativos en el análisis crítico de los mensajes y contenidos de los diferentes medios audiovisuales, y en el reconocimiento de las características del lenguaje de esos medios para que los mismos actores diseñen y realicen productos audiovisuales.
Mediaciones comunicativas	Investigar las necesidades educativas de las organizaciones educativas de la región Caribe en relación con los medios tradicionales y digitales para darles nuevas aplicaciones a los ya existentes o para diseñar recursos audiovisuales que suplan esas necesidades y recomendar formas para implementarlos.
Comunicación para el cambio social	Reconocer los procesos de construcción comunitaria de la región Caribe para diseñar y aplicar estrategias comunicativas y educativas para el cambio social.
Organizaciones	Formar a los estudiantes en el proceso de planeación y gestión de la comunicación integral a partir de la investigación y el manejo de las comunicaciones interna y externa, que sirvan de enlace entre la empresa, el entorno, los públicos y los medios.

1.1.3. Estado actual de la investigación científica en el Programa de Comunicación Social – Periodismo.

A partir de los cambios en el Programa en cuanto a la planta docente durante el período 2011 – 2014, no se ha establecido la nueva estructura del Grupo COEDU y los responsables de las Sublíneas.

Cuadro No. 03. Docentes del Programa y Perfil de formación.

Vinculación	Profesional	Área de la Comunicación	Nivel de Formación
Directora	Katherine Seña Giraldo	Fundamentación Audiovisual (TIC)	Maestría en Comunicación Digital
Docente Internos	Julián Forero Sandoval	Fundamentación	Maestría en Educación
	María Cecilia Pérez Berrocal	Audiovisual (Televisión)	Maestría en Comunicación
	Flora Fernández Ortega	Fundamentación	Maestría en Comunicación
		Audiovisual (Radio)	
Juan Carlos Vargas Diez	Audiovisual (Televisión y TIC)	Maestría en Diseño y creación de medios interactivos	

	Ana Lorena Malluk Marengo	Gestión (Comunicación Organizacional y Comunicación para el Desarrollo)	Maestría en Comunicación
--	---------------------------	---	--------------------------

Cuadro No. 04. Investigaciones realizadas por COEDU y avaladas por el CIDI con sus respectivos investigadores, productos y fechas de realización durante el período 2008-2013.

Producto/Proyecto de Investigación	Período	Investigador	Productos
Propuesta televisiva para enseñar a los niños monterianos a proteger los animales en amenaza de extinción en Córdoba.	2008-2009	Análida Pérez, María Cecilia Pérez	Programa Piloto
			Ponencia en la XI Jornadas des de Investigación UPB
			Ponencia en la Segunda Semana de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación
			Artículo de investigación en la revista Universitas Científica
Diseño de un modelo de comunicación audiovisual como herramienta creativa que permita el mejoramiento de la didáctica en los docentes de la UPB	2009-2010	Julián Forero, Juan Vargas	Ponencia en la segunda Semana de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación.
			Libro “Ambientes comunicativos de aprendizaje: Repensando el quehacer pedagógico. CIESPAL
			Artículo “Ambientes comunicativos de aprendizaje” para revista latinoamericana 5. CHASQUI
			Ponencia “Modelo de Comunicación audiovisual a partir del uso de herramientas creativas para el fortalecimiento de la didáctica aplicada por los docentes de la UPB Montería”. I Simposio Internacional y II Coloquio Regional de Investigación Educativa y Pedagógica”
			La Comunicación audiovisual como herramienta creativa en la educación superior. CODECYT
Análisis de la recepción de audiencias de los noticieros de televisión nacionales y locales por parte de los estudiantes de la UPB seccional Montería	2008-2009	Marelbi Olmos, Ana L. Malluk	Programa de televisión transmitido por los canales de televisión local.

Mocarí: Historia de un pueblo Caribe desplazado y re-emplazado. Espejismos y desmemorias de la cultura ancestral cordobesa. Actualmente está en proceso de evaluación en el Departamento de Investigaciones.	2011-2012	Julián Forero, Flora Fernández	Programa de televisión “Espejismos y desmemorias de la cultura ancestral cordobesa”, transmitido por Tele Caribe y el canal local de televisión Nortevisión.
			Ponencia en la VI Jornada de Investigación y Transferencia
Diseño de un portal en el que se divulgue la actividad científica desarrollada en la UPB	2011-2012	Juan Vargas, Análida Pérez	Portal web
Rescate de la tradición oral en cuanto a los mitos y leyendas del Sinú, San Jorge y las Sabanas Cordobesas en una serie educativa radiofónica.	2013-2014	Flora Fernández	Serie Radial “Mitos y Leyendas”
			Audio Enciclopedia
			Artículo “Resacte de Tradición Oral” – UPB Caribe
Análisis de la cultura ambiental de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería	2014	Ana Lorena Malluk	En curso

A principios del año 2014 en el marco del proceso de reclasificación de los grupos de investigación que lideró Colciencias, desde la Dirección de la Programa se gestionó la unión del Grupo COEDU al Grupo de Investigación en Lenguas Inglés y Español –GILEI del Centro de Lenguas. De esta manera, sólo las investigadoras Ana Lorena Malluk y María Cecilia Pérez conformaron el grupo de investigadores GILEI debido a su producción en 2013.

Los investigadores Flora Fernández y Julián Forero quedaron por fuera de este proceso debido a que su producción más actual registrada en la plataforma de Colciencias correspondía al año 2012.

1.1.4. Rediseño de La Línea de Investigación Comunicación y Educación

En el documento *Diagnóstico de la Investigación en Comunicación*¹, en el que se analizó el estado actual de la investigación formativa y científica del Programa de Comunicación Social –

¹ Diagnóstico de la Investigación En Comunicación (2014). Documento de Trabajo. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería. Facultad de Comunicación Social – Periodismo. Montería.

Periodismo, se estableció la necesidad de replantear la línea y sublíneas de investigación teniendo en cuenta las necesidades del medio, la experiencia investigativa de la comunidad académica y los requerimientos del CIDI y de la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas en cuanto a la articulación con el grupo GILEI en la pasada convocatoria de Colciencias para la reclasificación de los grupos de investigación.

Las siguientes son algunas de las razones que se presentaron en el *Diagnóstico* para modificar la actual línea de investigación del Programa, es decir, evolucionar de la relación Comunicación y Educación a la de Cultura, Comunicación y Educación:

- El desarrollo conceptual de la relación *Comunicación, Cultura y Educación* está en proceso, debido a que el individuo y la sociedad, sus principales objetos de estudio, se caracterizan por ser dinámicos y evolutivos, lo que implica un constante estudio de las razones que motivan estas transformaciones. De esta manera, la *Comunicación* transforma a los individuos en ciudadanos capaces de identificar, analizar y proponer soluciones a sus necesidades²; la *Cultura* contempla los significados y los valores que emergen entre grupos sociales³ y la *Educación* estimula para aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser⁴.
- El Grupo de investigación está inscrito en el área Nacional de Ciencia y Tecnología de Educación, Cultura y las Instituciones. Es importante estudiar la posibilidad de reclasificar el grupo en la línea de Colciencias de Comunicación.
- De los 6 proyectos de investigación realizados por el Grupo COEDU, 2 tienen como eje temático la relación Comunicación - Cultura.
- De las 102 tesis aprobadas por los estudiantes, 26 están inscritas a línea de investigación de trabajos de grado “Comunicación y Cultura”.

1.2. INVESTIGACIÓN FORMATIVA

En el caso del Programa de Comunicación Social, esta se desarrolla a través de la formación en investigación que ofrece el Plan de Estudio, los Semilleros de investigación y los Trabajos de grado.

1.2.1. Plan de Estudio

Los Ciclos Básico Disciplinar y Profesional contienen los cursos de Investigación Social, Investigación en Comunicaciones I e Investigación en Comunicaciones II, que buscan el desarrollo de competencias en y para la investigación, con el fin de promover la cultura investigativa y el pensamiento crítico y autónomo de los estudiantes.

² Pineda, N (1999). Tres Conceptos de ciudadanía para el desarrollo de México. México: Este País 101.

³ Hall, S (1994). Estudios culturales: dos paradigmas.

⁴ Fahara, M (1996). La Educación Encierra un Tesoro. UNESCO: Santillana.

1.2.2. Semilleros de Investigación.

Los semilleros se conciben como estrategia extracurricular que permite al estudiante adquirir competencias investigativas a través de actividades particulares donde ellos son los responsables de su propio aprendizaje y los encargados de construir conocimiento, bajo la coordinación de un docente líder que coordina las actividades y proyectos desarrollados por sus integrantes.

Cuadro No. 05. Semilleros activos del Programa de Comunicación Social – Periodismo.

Semillero	Área de la Comunicación	Docente Líder	Creación
Gestores Comunitarios – GECO	Gestión (Comunicación para el Desarrollo y Com. Organizacional)	Ana Lorena Malluk	2008
Formas y Formatos –FyF	Audiovisuales (Televisión)	María Cecilia Pérez	2012
Investigación Radial –SIR	Audiovisuales (Radio)	María C. Álvarez	2013
Comunicación Estratégica Empresarial -COESEM.	Gestión (Comunicación Organizacional)	No tiene docente líder	2013

Con el rediseño de Línea de Investigación a partir del año 2015 se fortalecen los Semilleros GECO y FyF, con el fin de tributar con su producción a la(s) Sublínea(s) (s) que se ajusta(n) a su temática e intereses académico-investigativos.

Cuadro No. 06. Semillero Gestores de la Comunicación con cambios avalados por el CIDI.

Semillero Gestores de la Comunicación –GECO–.	
Código de radicación CIDI	
Coordinador	Ana Lorena Malluk Marengo
Línea de investigación	Cultura, Comunicación y Educación
Sublíneas de investigación	Comunicación para el cambio social.
	Organizaciones
Áreas de la comunicación	Gestión
Subáreas de la comunicación	Comunicación para el desarrollo
	Comunicación Organizacional

Misión	Promover la capacidad investigativa de los estudiantes y docentes del Programa de Comunicación Social – Periodismo, a través de la gestión de proyectos, programas y estrategias de comunicación en organizaciones formales (empresas e instituciones) e informales (grupos y comunidades), que aporten a la transformación social, a la excelencia académica y al progreso científico de la región caribe colombiana.
Visión	Ser un semillero de investigación reconocido en la región caribe por la gestión de proyectos, programas y estrategias de comunicación en organizaciones formales e informales, caracterizado por el aporte a la transformación social, la excelencia de sus trabajos, el liderazgo ético, científico, empresarial y social.

Cuadro No. 07. Semillero FyF con cambios avalados por el CIDI.

Semillero Gestores de la Comunicación –GECO–.	
Código de radicación CIDI	
Coordinador	María Cecilia Pérez Berrocal
Línea de investigación	Cultura, Comunicación y Educación
Sublíneas de investigación	Mediaciones
Áreas de la comunicación	Audiovisuales
Subáreas de la comunicación	Televisión
	TIC
	Radio
Misión	Promover las capacidades investigativas y creativas de sus miembros al abordar diferentes temas y utilizar variedad de formatos de la producción audiovisual (televisión, radio y Tecnologías de la Información y la Comunicación –TIC).
Visión	Ser reconocido como el semillero líder en la región por sus trabajos de investigación audiovisual, a través de producciones que destaquen temas de interés para la región Caribe y el país en general.

1.2.3. Trabajo de Grado

El Trabajo de Grado del Programa pretende: a) Propiciar la producción de conocimientos de base teórica y práctica que resulten de algún modo novedosos en el campo de la comunicación en sus distintas manifestaciones y especialidades, b) Estimular en los universitarios el interés por la

reflexión y por la actitud científica, que deberá reflejarse en su trabajo como profesionales y c) Contribuir al desarrollo de la profesión. En el Manual de Trabajo de Grado, se relacionan las modalidades de trabajos de grado. En total en el período 2001-201510 se realizaron 120 trabajos de grado.

Cuadro No. 08. Trabajos de Grado de los estudiantes del Programa de Comunicación Social – Periodismo.

TÍTULO	AÑO
MANUAL ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES INTERNAS DIRIGIDO AL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE	2001
HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA DOCUMENTAL Y PERIODISTICA EN MONTERIA	2001
MANUAL EMPRESARIAL DE DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL DE COMUNICACION CORPORATIVA PARA LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL MONTERIA	2001
INFLUENCIA CULTURAL DE LOS CONTENIDOS DE LA TELEVISION EXTRANJERA EN LOS JOVENES ESTUDIANTES DE COMUNICACION SOCIAL DE LA UPB MONTERÍA	2001
RIO SAN PEDRO : UN DESCONOCIDO QUE MUERE	2002
DISENO DE NUEVAS ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE CORDOBA	2002
INFLUENCIA DE LA EXPLOTACIÓN DE LOS RECURSOS PESQUEROS FORESTALES EN EL ECOSISTEMA DE MANGLAR DE LA BAHÍA DE CISPATA	2002
PICO Y ESPUELA, LA PASION DEL GALLERO	2002
DISENO DE UN PROGRAMA RADIAL JUVENIL	2002
INFLUENCIA DE LA INTERNET EN LAS FORMAS DE COMUNICACION, ESPECIFICAMENTE EN LA CIUDAD DE MONTERIA, TOMANDO COMO REFERENCIA LOS CAFES INTERNET LOCALIZADOS EN LA ZONA CENTRO, DURANTE EL ULTIMO SEMESTRE DEL 2002	2002
PROPUESTA PARA LA CREACION DE LA SECCION DE COMUNICACIONES EN COOPROFESIONALES MONTERIA	2002
SOBRE LA TINTA SECA : UN VIAJE A TRAVES DEL PERIODISMO CORDOBES CONTADO POR QUIENES LO ESCRIBIERON	2002
DIAGNOSTICO SOCIOEDUCATIVO PARA EL DISENO DE UN CENTRO DE PRODUCCION AUDIOVISUAL EN LA UPB SECCIONAL MONTERIA	2002
ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE UTILIZADAS EN EL ALMACÉN VIVERO DE LA CIUDAD DE MONTERIA EN EL 2003	2003
RIESGOS DEL EJERCICIO DEL PERIODISMO AL CUBRIR INFORMACION DE ORDEN PUBLICO EN COLOMBIA	2003
TELEVISION EDUCATIVA INFANTIL COMO ALTERNATIVA PEDAGOGICA EN LA CIUDAD DE MONTERIA	2003
PROPUESTA TELEVISIVA, PROMOTORA DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS JOVENES EN EDADES ENTRE 13 Y 16 ANOS DEL BARRIO CAMPO ALEGRE DE LA CIUDAD DE SANTA CRUZ DE LORICA	2003
CANTANDO POR LA CULTURA : CREACION DE UN PROGRAMA TELEVISIVO QUE IMPULSE A LOS MENORES ENTRE 5 A 10 ANOS A INTERPRETAR LA MÚSICA AUTÓCTONA DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA	2003
QUINCE ANOS DESPUÉS, LOS HABITANTES DE EL TOMATE HABLAN DE LA TRAGEDIA DEL 30 DE AGOSTO DE 1988	2003

ESQUEMA INFORMATIVO PARA LA EMISORA DE LA UPB MONTERÍA FRECUENCIA BOLIVARIANA	2003
PROPUESTA PARA UN PROGRAMA RADIAL DE EVANGELIZACION DE LA CULTURA DIRIGIDO A JOVENES CON EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 15 Y 20 ANOS EN MATEO GOMEZ	2003
POSICION POLITICA DEL DIARIO EL MERIDIANO DE CORDOBA EN EL CUBRIMIENTO DE LAS CAMPANAS POLITICAS A ELECCION PRESIDENCIAL	2003
TELEVISION PARA EVANGELIZAR A LOS JOVENES	2004
HISTORIA DE LOS RECUERDOS DONDE YACE EXTASIADA LA PLUMA DE LA PROVINCIA DEL SINU	2004
EFFECTOS DEL DESPLAZAMIENTO EN LA CALIDAD DE VIDA DE UNA FAMILIA CAMPESINA ASENTADA EN RANCHOS DEL INAT EN LA CIUDAD DE MONTERIA	2004
CODIGOS LINGUISTICOS Y PARALINGUISTICOS UTILIZADOS POR LOS ZAPATEROS QUE LABORAN EN EL PARQUE LAUREANO GOMEZ DE MONTERIA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2004	2004
HISTORIA DEL FUTBOL CORDOBES ENTRE 1940-2004	2004
ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD DE LA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR BELLSOUTH EN SUS CAMPANAS PUBLICITARIAS TELEVISIVAS PARA JOVENES TRANSMITIDAS POR LOS CANALES RCN Y CARACOL	2005
HISTORIA DE LA TELEVISION EN MONTERIA EN CUANTO A LA TECNOLOGIA Y PROGRAMACION DESDE SUS INICIOS HASTA EL 2005	2005
PRESENTACIÓN PERIODÍSTICA DE LAS TRANSMISIONES TELEVISIVAS DE LOS PARTIDOS DE FÚTBOL DEL TORNEO PROFESIONAL COLOMBIANO	2005
DISEÑO DE UN TEXTO DIDÁCTICO PARA LA ASIGNATURA INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	2005
DESCRIPCIÓN DEL ESTADO ACTUAL DE LA PROGRAMACIÓN, EL ASPECTO TECNOLÓGICO Y EL NIVEL PROFESIONAL DE LOS PERIODISTAS DE LAS EMISORAS A.M. EN LA CIUDAD DE MONTERÍA	2005
PROPUESTA TELEVISIVA DE UN PROGRAMA QUE ENSEÑE A LOS EDUCANDOS DE QUINTO GRADO DE BÁSICA PRIMARIA DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS JUAN PABLO II, SANTA ROSA DE LIMA Y LA SALLE DE MONTERÍA A PROTEGER LOS ANIMALES EN AMENAZA DE EXTINCIÓN EN CÓRDOBA	2005
IDENTIFICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE REQUIERE UNA PROPUESTA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA CREAR LA OFICINA DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MONTERÍA	2005
FESTIVAL DE CINE EN CARTAGENA	2006
EVALUACION DE LAS ESTRATEGIAS DE GERENCIA DEL SERVICIO UTILIZADAS POR LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL MONTERIA	2006
REALIZACION DE UN SERIADO TELEVISIVO QUE ABORDE LAS PERSPECTIVAS Y REALIDADES DE LA JUVENTUD CORDOBESA	2006
USO QUE LE DAN A LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACION LOS PROFESORES DEL GRADO 11 DEL COLEGIO GIMNASIO CAMPESTRE DE LA CIUDAD DE MONTERIA	2006
CONTENIDO Y DISEÑO DE UNA SECCION DE VIDA Y ACTUALIDAD EN EL PERIODICO EL MERIDIANO DE CORDOBA	2006
DISENO DE UN VIDEO CUYO FIN ES MOSTRAR A LA OPINION PUBLICA LA PROBLEMATICA DE SALUD QUE AFRONTAN LOS HABITANTES DE LA CIENAGA DE AYAPEL POR LA CONTAMINACION CON MERCURIO	2006
DISENO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION PARA FOMENTAR EN LOS HABITANTES DE MONTERIA EL CUIDADO DEL ESPACIO PUBLICO EN EL PARQUE MIGUEL R. MENDEZ	2006

REALIZACION DE UN PROGRAMA TELEVISIVO INSTITUCIONAL UNIVERSITARIO QUE FORTALEZCA LOS CONOCIMIENTOS EN EL AREA DE PRODUCCION EN TELEVISION DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACION SOCIAL PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL MONTERIA	2006
CONDICIONES DE SALUD ALIMENTACION Y VIVIENDA DE LOS NINOS DE LA O.P.V. LA VICTORIA	2006
UTILIDAD QUE LE DAN LOS DOCENTES DE GRADO 11 AL INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACION DE SUS CLASES EN LA INSTITUCION EDUCATIVA INEN LORENZO MARIA LLERAS DE LA CIUDAD DE MONTERIA	2006
DISENO DE REVISTA DIRGIDA A COMUNICADORES ORGANIZACIONALES DE LA CIUDAD DE MONTERIA	2006
CREACION DE PROPAGANDA PARA LA EMISORA FRECUENCIA BOLIVARIANA ENCAMINADAS A EDUCAR LA POBLACION MONTERIANA SOBRE TEMAS BASICOS DE PREVENCIÓN EN SALUD	2007
DISENO DE UN PROGRAMA RADIAL CULTURAL SOBRE MUSICA DEL CARIBE COLOMBIANO PARA LA EMISORA FRECUENCIA BOLIVARIANA DE LA CIUDAD DE MONTERIA	2007
DISENO DE UN PROGRAMA DE COMUNICACION PARA EL DESARROLLO PARA LA CORPORACION CASA DE LA MUJER DE LA CIUDAD DE MONTERIA	2007
DISENO DE UN PROGRAMA RADIAL COMUNITARIO PARA LA EMISORA COTORRA STEREO DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA	2007
EVOLUCION DEL SOMBRERO VUELTIAO EN CUANTO A SU DISENO Y FUNCIONALIDAD DESDE SUS INICIOS HASTA EL 2007	2007
DISENO DE UN PROGRAMA RADIAL COMUNITARIO QUE PERMITA RECUPERAR LA MISION DE LA EMISORA RADIO POLICIA NACIONAL DE MONTERIA	2007
DISENO DE UN MEDIO ALTERNATIVO DE COMUNICACION PARA GENERAR SENTIDO DE PERTENENCIA HACIA LA CIUDAD EN LOS NIÑOS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS OFICIALES VILLA MARGARITA LA INMACULADA Y CAMILO TORRES DE MONTERIA	2007
HISTORIA DEL CASABE EN EL MUNICIPIO DE CIENAGA DE ORO DE CORDOBA DESDE SUS INICIOS HASTA 2007	2007
RESENA DE LA PINTURA EN MONTERIA DESDE EL AÑO 1950 HASTA EL 2006	2007
DISEÑO DE UN DOCUMENTAL TELEVISIVO SOBRE LOS PRINCIPALES FESTIVALES QUE HACEN ALUSIÓN A LOS ALIMENTOS TRADICIONALES DE CORDOBA	2007
DISEÑO DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVO QUE ENSEÑE A LOS HABITANTES DEL BARRIO MOCARÌ DE LA CIUDAD DE MONTERÌA, A ELABORAR HUERTAS CASERAS PARA GARANTIZAR SU SEGURIDAD ALIMENTARIA	2008
DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL COMUNITARIO PARA LA EMISORA SENSACIÓN ESTÈREO DEL MUNICIPIO DE COVEÑAS SUCRE, EN EL QUE SE PROMUEBA LA EDUCACIÓN ANBIENTAL	2008
DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL CULTURAL QUE PROMULGUE LAS DIFERENTES MANIFESTACIONES DE LA CULTURA CORDOBESA ATRAVES DE LA EMISORA FRECUENCIA BOLIVARIANA EN MONTERÌA	2008
EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LOS EGRESADOS DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO DE LA UPB MONTERÌA EN EL MEDIO DESDE 2001 HASTA 2007	2008
DISEÑO DE UN PILOTO DOCUMENTAL PARA DIVULGAR LA REPRUDUCCIÓN INDUCIDA DEL BOCACHICO SINUANO COMO UNA ALTERNATIVA PARA PROTEGER ESTA ESPECIE DE EXTINCIÓN	2008
DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL QUE SIRVA DE APOYO PARA SOCIALIZAR EL PROYECTO MANEJO INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS DEL COLEGIO LATINO DE MONTERÌA	2008

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CRECIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA CIUDAD DE MONTERÍA	2008
DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL CUYO FIN ES DIVULGAR LA CUENTERIA DEL SINÙ MONTERIA –CÒRDOBA	2008
EVALUACIÓN DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS PROCESOS ACADÉMICOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA DE MONTERÍA EN EL MARCO DE LA AUTOEVALUACIÓN INSTITUCIONAL	2009
DISEÑO DE UN VIDEO DOCUMENTAL PARA MOSTRAR LA IMPORTANCIA DEL BAILE DEL BULLERENGUE DE SAN JUAN DE URABÁ, ANTIOQUIA	2009
DISEÑO DEL MANUAL DE IDENTIDAD EN FORMATO VIRTUAL PARA FAVORECER EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE SUNEGAN S.A.	2009
RAZONES SOCIALES, ECONÓMICAS Y POLÍTICAS QUE HAN INCIDIDO EN LA PROPAGACIÓN DEL FENÓMENO DEL MOTOTAXISMO EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS	2009
ANÁLISIS DEL IMPACTO COMUNICACIONAL DEL PROYECTO MI LLAVE DEL CENTRO SOCIAL MARIE POUSSEPIN, EN LOS BENEFICIARIOS DEL SECTOR CAMILO TORRES, DEL BARRIO MOCARÍ DE LA CIUDAD DE MONTERÍA, EN EL PERÍODO 2007 – 2008	2009
ANÁLISIS DEL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN EL PROGRAMA BLOQUE INFORMATIVO DE LA EMISORA A.M - VOZ DE MONTERÍA	2009
DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL QUE EDUQUE Y RECREE DE MANERA INTERACTIVA A LOS NIÑOS ENTRE LOS NUEVE Y DOCE AÑOS DE MONTERÍA	2009
ANÁLISIS SOBRE EL CONSUMO DE LA REVISTA LA CLAVE, DE EL MERIDIANO DE CÒRDOBA, EN LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA – MONTERÍA	2009
DISEÑO Y REALIZACIÓN DE UN VIDEO PROMOCIONAL EN EL CUAL SE MUESTRE AL MUNICIPIO DE SAN ANTERO COMO LUGAR TURISTICO	2009
REALIZACIÓN DEL VIDEO PROMOCIONAL DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO DE LA UPB, MONTERÍA	2009
ANÁLISIS DEL CONSUMO DE PERIÓDICOS REGIONALES IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, MONTERÍA	2009
FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS QUE POSICIONEN A LA EMISORA FRECUENCIA BOLIVARIANA DENTRO DE SU ÁREA DE COBERTURA	2010
DISEÑO DE LA PÁGINA WEB DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, MONTERÍA	2010
ACERCAMIENTO A LAS TRIBUS URBANAS DE METALEROS, PUNKEROS Y FLOGGERS DE MONTERÍA	2010
EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LOS PROYECTOS DE DESARROLLO SOCIAL LLEVADOS A CABO POR LA ESCUELA DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES DE LA UPB MONTERÍA, DURANTE EL PERIODO 2008 – 2009	2010
REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA TELEVISIVO QUE EDUQUE A LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SOBRE LA PREVENCIÓN DE LAS ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL	2010
HISTORIA DE VIDA DEL ESCRITOR CORDOBÉS JOSÉ LUIS GARCÉS	2010
EVALUACIÓN DEL PROCESO DE PLANEACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO RECICLANDO ANDO EN LA COMUNIDAD DEL SECTOR LAS CAÑAS - BARRIO CANTA CLARO EN EL AÑO 2008	2011
DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL DIRIGIDO AL GRUPO INSURGENTE DE LAS FARC, EMITIDO A TRAVÉS DE LAS EMISORAS DE LA FUERZA DE TAREA CONJUNTA NUDO DE PARAMILLO, PARA CONTRIBUIR A SU DECISIÓN DE DESMOVILIZACIÓN	2011
DISEÑO DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO PARA LA ONG FUNDASOCIAL DE	2011

MONTERÍA	
CONSUMO DE CINE POR PARTE DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS MONTERIANOS	2011
CONSECUENCIAS AMBIENTALES, ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA EROSIÓN MARINA QUE AFECTAN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS HABITANTES DEL CORREGIMIENTO SANTANDER DE LA CRUZ – MOÑITOS	2011
PROPUESTA TELEVISIVA PARA ENSEÑARLE A LOS NIÑOS MONTERIANOS LAS MANIFESTACIONES CULTURALES DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA	2011
DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL PARA LA SECRETARÍA DE CULTURA DE MONTERÍA	2011
ANÁLISIS DEL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN EL PROGRAMA: ASÍ AMANECE CÓRDOBA DE LA EMISORA A.M. – RADIO PANZENÚ	2011
USO DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES POR LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA DE MONTERÍA.	2012
ANÁLISIS DEL MANEJO DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS EN LA EMPRESA DE SALUD EMDISALUD EN MONTERÍA	2012
DISEÑO DE UNA PROPUESTA TELEVISIVA ORIENTADA A EDUCAR A LOS ESTUDIANTES DE LOS GRADOS DÉCIMO Y ONCE DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANDRÉS RODRÍGUEZ BALSEIRO DE SAHAGÚN SOBRE LA PREVENCIÓN DE EMBARAZOS NO DESEADOS.	2012
INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES EN LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE LA UPB MONTERÍA.	2012
ANÁLISIS DEL LENGUAJE FOTOGRÁFICO DE LA SECCIÓN JUDICIAL DEL PERIÓDICO POPULAR, AL DÍA, DE LA CIUDAD DE MONTERÍA	2012
DISEÑO DE UN PERIÓDICO ELECTRÓNICO, DE CREACIÓN COLECTIVA, PARA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ÁLVARO ULCUÉ CHOQUÉ PERTENECIENTE AL MUNICIPIO DE TUCHÍN – CÓRDOBA	2012
ANÁLISIS DEL LENGUAJE PERIODÍSTICO DE LA SECCIÓN JUDICIAL DEL PERIÓDICO POPULAR, EL PROPIO, DE LA CIUDAD DE MONTERÍA	2012
ANÁLISIS DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS EN LA CONSTRUCTORA CONFUTURO LTDA. EN MONTERÍA	2013
DISEÑO DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES DE LA CVS.	2013
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL RECONOCIMIENTO DEL PROGRAMA MONTERIANO BACANO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA	2013
EL VIDEO COMO HERRAMIENTA DE APOYO PEDAGÓGICO PARA LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN EL GRADO 10° DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA MERCEDES ABREGO.	2013
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS ARQUITECTÓNICOS DEL MUNICIPIO DE LORICA (ESTUDIOS DE PERCEPCIÓN, TRANSFORMACIONES URBANÍSTICAS Y CAMBIO DE PENSAMIENTO)	2013
ANÁLISIS DEL DISEÑO Y GESTIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES S.A E.S.P. UTILIZADOS EN LOS PROYECTOS DE INTERVENCIÓN SOCIAL IMPLEMENTADOS POR EN LA CIUDAD DE MONTERÍA DURANTE EL PERÍODO 2009-2012.	2013
ESTUDIO DEL ESTADO ACTUAL DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA MONTERÍA PARA SU FORTALECIMIENTO Y PROYECCIÓN INSTITUCIONAL.	2013
DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER EL USO ADECUADO DE LAS INSTALACIONES DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL MONTERÍA, CONSTRUIDAS EN EL PERÍODO 2012 – 2013	2014
ESTABLECER RELACIÓN ENTRE LOS IMAGINARIOS QUE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER SEMESTRE DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO 2014 DE LA UPB MONTERÍA TIENEN SOBRE LA CARRERA Y LOS PARÁMETROS DE FORMACIÓN QUE	2014

ESTABLECE EL PENSUM ACADÉMICO	
COMPARACIÓN DE LA FORMACIÓN QUE SE DA AL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL EN EL ÁREA DE GESTIÓN DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO DE LA UPB SECCIONAL MONTERÍA CON LAS HABILIDADES QUE SE EXIGE AL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS COMFACOR Y LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA LA SALLE	2014
CONOCER SI LA PÁGINA WEB DE PROFAMILIA ES EFECTIVA PARA INFORMAR A LOS ADOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA NACIONAL JOSÉ MARÍA CÓRDOBA, SOBRE LA PREVENCIÓN DE EMBARAZOS ADOLESCENTES	2014
DETERMINAR CÓMO INFLUYE EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA UPB – MONTERÍA LAS POSIBLES INTERPRETACIONES DE LOS MENSAJES ENVIADOS A TRAVÉS DE LA RED DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA WHATSAPP	2014
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON MEDIOS ALTERNATIVOS PARA INCENTIVAR EL USO DE LOS ANDENES EN LOS PEATONES DE LA CIUDAD DE MONTERÍA ENTRE LAS CALLES 34 Y 35 CON CARRERA 2	2014
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER EL DERECHO IGUALITARIO DEL COLECTIVO LEÓN ZULETA COMO MINORÍA LGBT DE MONTERÍA	2014
USO QUE LE DAN LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO Y NOVENO SEMESTRE DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL MONTERÍA A LAS RED SOCIAL TWITTER EN LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS	2014
CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA SENSIBILIZAR A LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA DE LA CIUDAD DE MONTERÍA CON RESPECTO A LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO- SEPT	2014
CONOCER SI LOS NIÑOS DE 11 AÑOS DEL COLEGIO PRIVADO GIMNASIO VALLEGRANDE Y LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA RANCHO GRANDE EN LA CIUDAD DE MONTERÍA, IDENTIFICAN COMPORTAMIENTOS ASOCIADOS AL BULLYING, EN EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN LOS SIMPSON	2014
DISEÑO DE UNA CARTILLA DIDÁCTICA COMO QUE APOYA EL DESARROLLO DE HABILIDADES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE GRADO CUARTO DE LA I.E. JOSÉ MARÍA CÓRDOBA, SEDE CAMILO LAMADRID.	2015
LA RED INSTAGRAM COMO PLATAFORMA COMUNICATIVA Y DIGITAL EN LA DIVULGACIÓN DE MENSAJES PUBLICITARIOS EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA MONTERÍA.	2015
DISEÑO DE UN SITIO WEB PARA LA EMISORA FRECUENCIA BOLIVARIANA DE MONTERÍA COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DE DIVULGACIÓN.	2015
USO DIDÁCTICO DEL VIDEO COMO MEDIACIÓN EN EL TRABAJO DE LOS DOCENTES EN EL DESARROLLO DE HABILIDADES SOCIALES PARA LA SANA CONVIVENCIA EN LOS ESTUDIANTES DEL GRADO CUARTO EN LA I.E. CAMILO LAMADRID.	2015
DISEÑO DE UN JUEGO COMO ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA PROMOVER LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN LOS ESTUDIANTES DE ÚLTIMO SEMESTRE DE LA UPB MONTERÍA.	2015
DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CENTRO COMERCIAL BUENAVISTA DE MONTERÍA.	2015
DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LAS ARTESANÍAS EMBERA KATÍO EN TIERRALTA CÓRDOBA.	2015
DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA FUNDACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES NO HUMANOS DE MONTERÍA (FPANHM) ENTRE EL PÚBLICO EXTERNO.	2015

2. EL COMITÉ DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

Para ser efectivo el proceso de investigación en el Programa de Comunicación Social – Periodismo en cuanto a la articulación de la investigación científica y formativa, la proyección social y la transferencia de conocimientos, se propone el fortalecimiento del Comité de Investigación del Programa para la implementación del *Plan de Investigación* que busca unificar la producción académico-investigativa a través de la articulación de la investigación científica y la investigación formativa.

Con lo anterior, se fortalece la Línea de Investigación, los Trabajos de Grado, los Semilleros y los Grupos de Estudio, bajo un propósito común. En este sentido, el actual *Plan de Investigación* plantea:

- Fortalecimiento de la investigación científica del Programa a partir del rediseño de la Línea de Investigación y de sus respectivas Sublíneas.
- Fortalecimiento de la investigación formativa del Programa en cuanto a: 1- Rediseño del Manual de Trabajo de Grado y de las modalidades de investigación en Comunicación. 2- Gestión de los Semilleros de Investigación. 3- Creación y funcionamiento de Grupo de Estudio.
- Creación de la estructura organizacional de la Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Cultura, para promover la investigación interdisciplinaria.
- Fortalecer la participación de docentes en las comunidades académicas.
- Asignar a los docentes investigadores del Programa para la coordinación de las Sublíneas de investigación, teniendo en cuenta su formación, área de la comunicación de desempeño y experiencia profesional.
- Promover la cualificación de los docentes investigadores en cuanto a la relación Comunicación, Cultura y Educación, metodología de la investigación, gestión de Semilleros y Grupos de Estudio, entre otros temas de interés.
- Desarrollar productos de investigación de impacto de acuerdo a la Tipología para la clasificación de los productos de Colciencias: Productos de generación de nuevo conocimiento. Productos resultados de actividades de desarrollo tecnológico e innovación. Productos de apropiación social y circulación del conocimiento. Productos de formación de recursos humanos.
- Aumentar la producción académico-investigativa de los estudiantes y docentes del Programa, y de los Semilleros y Grupos de Estudio con artículos de investigación, participación en eventos académicos, publicaciones, ponencias, entre otros.
- Realizar un evento anual en el que se divulgue entre la comunidad académica que integra el Programa información relacionada con: Línea y Sublíneas de investigación. Presentación de

la oferta investigativa por parte de los docentes para el reclutamiento de los estudiantes investigadores que harán parte de los proyectos de investigación/trabajos de grado. Presentación de los Semilleros y Grupo de Estudio para la incorporación de estudiantes.

De esta forma, se definirán los grupos de interés que desarrollarán la investigación científica y formativa durante el año.

Cuadro No. 09. Integrantes y funciones del Comité de Investigación del Programa de Comunicación Social – Periodismo.

Integrantes	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> • Director de la Facultad • Dos representantes docentes, nombrados por el Director de la Facultad. • Un representante discente, nombrado por el Director de la Facultad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar las líneas de investigación y proponerlas al Consejo de Facultad. • Revisar y aprobar los proyectos de investigación presentados por los docentes de la Facultad. • Enviar al Centro de Investigación de la Universidad los Proyectos de Investigación aprobados por la Facultad para su institucionalización. • Revisar y aprobar las propuestas de Trabajo de Grado presentadas por los estudiantes de la Facultad y comunicárselos a los interesados. • Someter a aprobación el perfil del Director o al Docente Investigador del proyecto, siguiendo las políticas de la Universidad. • Designar los jurados para cada Trabajo de Grado. • Remitir los Trabajos de Grado a los jurados.

Cuadro No. 10. Comité de Investigación del Programa de Comunicación Social – Periodismo.

Integrantes	Funciones
Katherine Seña Giraldo	Directora del Programa de Comunicación Social – Periodismo.
Julián Forero Sandoval	Coordinador de Investigación del Programa de Comunicación Social – Periodismo.
María Cecilia Pérez Berrocal	Coordinadora de Semilleros del Programa de Comunicación Social – Periodismo.
Ana Lorena Malluk Marengo	Docente del Programa de Comunicación Social – Periodismo.
Por definir	Estudiante del Programa de Comunicación Social – Periodismo.

3. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN CULTURA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

3.1. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

Cultura, Comunicación y Educación: un abordaje a su relación interdisciplinaria.

La relación Cultura, Comunicación y Educación, ha despertado el interés de organizaciones, profesionales y expertos dedicados a la gestión de iniciativas que articulan estos campos del conocimiento. Las investigaciones realizadas, sumadas a las problemáticas y desequilibrios de los países latinoamericanos, a la comprensión de temas socio-culturales y educativos, al auge de procesos de participación ciudadana, al desarrollo de las tecnologías, a la globalización y a los cambios de paradigmas científicos, han ampliado sus posibilidades de estudio.

En cuanto a la dimensión cultural, Raymond Williams en 1962 (Citado por Lull⁵) definió la cultura como un particular modo de vida moldeado por valores, tradiciones, creencias, objetos materiales, y por un territorio. La cultura es una compleja y dinámica ecología de personas, cosas, cosmovisiones, actividades y escenarios que fundamentalmente permanece estable, pero que también va cambiando en virtud de la comunicación y la interacción social.

Para Lull, la cultura es contexto. Es el modo de hablar y vestir, es lo que se come y cómo se prepara, son los dioses inventados y los modos en que se veneran, la forma en que se reparte el tiempo y el espacio, los bailes, los valores que se les inculcan a las nuevas generaciones y los demás detalles que conforman la vida cotidiana.

Las Ciencias Sociales aportan el reconocimiento de la comunicación como disciplina que promueve la comprensión e intervención de realidades sociales a partir del análisis del contexto y de los sujetos que lo conforman. Así, la comunicación se concibe como dinámica central y constitutiva de las actividades humanas, dado que es un modo particular de interacción mediadora y mediada entre sujetos - agentes sociales⁶.

La comunicación facilita el estudio y conocimiento de las creencias, actitudes, comportamientos y hábitos de quienes están involucrados con la realidad social, para influir en la transformación de los individuos en ciudadanos capaces de identificar, analizar y proponer soluciones a sus necesidades⁷. Esta concepción implica posibilidades de acción en relación con los grupos sociales, sus realidades y problemáticas, para dar paso a nuevos actores y generar nuevas relaciones e interacciones entre los sujetos sociales⁸.

⁵ Lull, J (2009). Medios, comunicación, cultura. Aproximación global. Amorrortu editores. Buenos Aires – Madrid.

⁶ Piñuel, J (1995). Metodología general: conocimiento científico e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis.

⁷ Pineda, N. (1999). Tres Conceptos de ciudadanía para el desarrollo de México. México: Este País 101.

⁸ Afacom (2006). Proyecto para el diseño y elaboración de Exámenes de Calidad de la Educación Superior –ECAES para los programas en Comunicación e Información.

Desde la concepción normativa, la Ley 115 de 1994 define la educación como proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, sus derechos y sus deberes⁹. La educación promueve el pleno desarrollo de la personalidad; forma en el respeto a la vida; facilita la participación ciudadana; propende por la adquisición y generación de conocimientos científicos y técnicos; desarrolla la capacidad crítica, reflexiva y analítica; trabaja por la adquisición de una conciencia para la conservación, protección y mejoramiento del ambiente y la calidad de vida; y forma para la promoción y preservación de la salud, la sociedad y la adquisición de conocimientos y capacidades para acceder al trabajo de forma digna.

Si bien la cultura produce fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a reproducir o transformar el sistema social¹⁰; la comunicación transforma a los individuos en ciudadanos capaces de identificar, analizar y proponer soluciones a sus necesidades¹¹ y la educación estimula para *aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser*¹². Las tres, cultura, comunicación y educación, por su carácter participativo e interactivo, promueven las relaciones humanas, la comprensión de la realidad, la participación y cooperación, y las transformaciones individuales y grupales, para influir en el entorno y generar cambios.

El desarrollo conceptual de la relación Cultura, Comunicación y Educación está en proceso de construcción, debido a que el individuo y la sociedad, sus principales objetos de estudio, se caracterizan por ser dinámicos y evolutivos, lo que implica un constante estudio de las razones que motivan estas transformaciones.

Vigotsky ha inspirado algunas reflexiones que han guiado la investigación en torno a la cultura, la comunicación y la educación. Las más importantes son:

- Rol de la cultura y la comunicación en la socialización del individuo.
- Papel del lenguaje en el desarrollo de la actividad cognoscitiva como mediador de los procesos psíquicos.
- Uso de métodos, técnicas, procedimientos y estrategias de comunicación que posibiliten la interacción estudiante, docente, padre de familia, institución educativa y sociedad en general.
- El estudiante como sujeto activo, consciente y propositivo que recibe el conocimiento, lo interioriza, lo aplica y lo proyecta.

⁹ Ley General de la Educación. (1998). Bogotá: Editorial Unión Ltda.

¹⁰ García Canclini, N (1981). *Cultura y sociedad: una introducción*. Cuadernos de información y divulgación para maestros bilingües. Dirección General de Educación Indígena de la SEP México.

¹¹ Pineda, N. (1999). *Tres Conceptos de ciudadanía para el desarrollo de México*. México: Este País 101.

¹² Fahara, M (1996). *La Educación Encierra un Tesoro*. UNESCO: Santillana.

- Condiciones pedagógicas del proceso de enseñanza – aprendizaje, mediadas por lo comunicativo para promover la confianza, receptividad, crítica y reflexión entre los actores involucrados.
- Los procesos educativos facilitan la apropiación de la cultura.
- La comunicación es dinamizadora de los procesos socioculturales.
- La educación no sólo propone la adquisición y asimilación de conocimientos; sino también, el desarrollo de competencias comunicativas que incentiven el diálogo, la interacción y participación.
- El aprendizaje como actividad social de construcción y reconstrucción del conocimiento, motivada por el intercambio de conocimientos, experiencias y vivencias de los sujetos y grupos que intervienen en el acto comunicativo.
- La unidad entre lo cognitivo y lo afectivo en el proceso de enseñanza – aprendizaje y su valor desde la perspectiva curricular.

El resultado principal del aprendizaje está dado por las transformaciones dentro del sujeto; es decir, por las modificaciones psíquicas e intelectuales del estudiante que se producen en su interacción con otros sujetos -con el profesor y de los estudiantes entre sí-¹³; por lo que el lenguaje se convierte en el principal mediador que propicia la interacción social y comunicativa entre el docente y el estudiante para alcanzar el proceso de enseñanza - aprendizaje.

Córdoba: una mirada a la multiplicidad cultural.

El tema de la cultura en Córdoba y su incidencia en el desarrollo sociocultural de los habitantes, es de gran relevancia para la región y el país. Una de las razones de esta motivación radica en que el departamento fue habitado por los zenúes, cultura precolombina de mayor importancia en Colombia, que se destaca por sus misterios, diversidad y tradición:

“La antigua cultura indígena Zenú tuvo un vasto imperio dividido en tres importantes zonas: Finzenú, que comprendía el valle del río Sinú y las áreas de Tolú, San Benito Abad y Ayapel, y era la sede religiosa del Imperio; Panzenú, entre el valle del río San Jorge y la parte baja del río Cauca, que producía los alimentos y las materias primas; y Zenúfana, la sede central de gobierno, que llegaba hasta el centro del actual departamento de Antioquia, y de donde procedían la mayoría de las riquezas auríferas¹⁴.

Al respecto, Gobernación de Córdoba expresa que la civilización Zenú alcanzó un alto grado de organización social y un reconocimiento a nivel nacional e internacional, que se representa en:

¹³ Bernardo, M. García, E. Pomares, E (2004). El vínculo educación-comunicación en la formación integral de los profesionales de la Salud. (I. S. Habana, Ed.) Educación Médica Superior.

¹⁴ Gobernación de Córdoba. Consultado el 24 de junio de 2014. Disponible En: <http://www.cordoba.gov.co/cordoba/historia.html>

- Inigualable destreza en sus trabajos de orfebrería y cerámica, cuyos productos constituyen verdaderas obras de arte.
- Expertos tejedores, cuyo legado se observa en los trabajos de trenzado del sombrero vueltiao, principalmente en los resguardos indígenas de San Andrés de Sotavento.
- Son admirables las obras de ingeniería hidráulica dejadas por esta cultura, de las cuales se destacan los canales de irrigación y drenaje en forma de espina de pescado, que ayudaban especialmente a prevenir las inundaciones.
- Los orfebres zenúes cultivaron un estilo propio, reconocible por el uso de la falsa filigrana. Adoptaron la técnica de la cera perdida para fabricar los hilos de oro fundidos, combinada con el martillado del metal para crear sus originales piezas, que comprende narigueras, pectorales, alfileres y cabezas de bastón. Es importante el uso de las figuras zoomorfas, que representaban la fauna local: jaguares, babillas, ranas y aves, entre otros.
- La leyenda de los sepulcros de los zenúes, que contenían grandes cantidades de oro, dieron origen a la célebre frase de: "Pobrecito del Perú si se descubre el Sinú", relatada por El Inca Garcilazo de la Vega en su historia de la cultura Inca.
- El mestizaje que comenzó a darse desde la llegada de los conquistadores hispanos, entre españoles, africanos e indígenas; dando origen al típico hombre cordobés. Aún se conservan grupos puros de negros e indios, los primeros en Uré y la región costera, especialmente Puerto Escondido y Moñitos, y los segundos en el Alto Sinú -los Embera Katíos- y en el Resguardo de San Andrés de Sotavento -los descendientes de los zenúes.

Por su parte, la Secretaría de Cultura de Córdoba¹⁵ revela que aunque algunos historiadores¹⁶ se han encargado de recoger historias para tener una mejor comprensión de este pueblo que aún batalla por su supervivencia; falta develar incógnitas sobre su verdadero origen, su parentesco con otras culturas indígenas, la forma de obtener abundantes provisiones de oro, la técnica utilizada por los orfebres para su fundición, los conocimientos de ingeniería hidráulica para construir y manejar las terrazas en el San Jorge y la razón de la división en las sedes de Finzenú, Panzenú y Zenúfana, entre otros.

¹⁵ Secretaría de Cultura. Departamento de Córdoba. Biblioteca David Martínez. Consultado el 24 de junio de 2014. Disponible En: http://culturadecordoba.tripod.com/zenues/cultura_zenu.html

¹⁶ Entre los más importantes historiadores del departamento de Córdoba que han recopilado historias de la Cultura Zenú, se encuentran:

- *Pilar Moreno de Ángel: en su libro "Antonio de la Torre y Miranda Viajero y Poblador" consigna la actividad artesanal de los indios zenúes, el comercio del oro y sus trabajos de orfebrería.*
- *Fernando Díaz Díaz: en su libro "Letras e Historia del Bajo Sinú" presenta importante información sobre las manifestaciones artísticas prehispánicas de los zenúes.*
- *José Manuel Vergara y José Luis Garcés: en su libro "Monografía de Ciénaga de Oro" nos dan una visión de los hechos culturales de la época prehispánica.*
- *Jaime Exbrayat Boncompain: en su libro "Historia de Montería" relata en lenguaje sencillo y amable toda la información recogida en su dilatada vida de educador sobre la cultura zenú.*
- *Roger Serpa Espinosa: en su libro "Los Zenúes" nos retrata con voz autorizada la vida de los descendientes que viven actualmente en el Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento.*
- *Francisco Mendoza Agamez: en su plegable "Museo Arqueológico Zenú" nos presenta textos y fotografías de la obra del Padre Sergio Restrepo, localizada en el municipio de Tierralta.*

Tal como lo afirma Fernández¹⁷, el departamento de Córdoba se caracteriza por su riqueza cultural, representada en las danzas, tradición oral, gastronomía, música, mitos y leyendas, arte, literatura, ect. A pesar de lo anterior y de las múltiples manifestaciones culturales, las nuevas generaciones desconocen la riqueza cultural de la región.

Ember y Maccormanck¹⁸ afirman que la cultura popular se ve afectada porque los medios divulgan cada vez menos las manifestaciones populares de cada cultura y se centran en aquellos fenómenos que se ajustan a los intereses comerciales y de expansión del poder. Las nuevas generaciones siguen siendo el flanco débil y por tanto el objeto de las mayores preocupaciones: la ilusión de los medios electrónicos, con su facilidad de adopción y la magia de la pequeña pantalla de la computadora o del televisor, generan un distanciamiento de otras experiencias comunicacionales que exigen diversas formas de atención y una capacidad de reflexión que puede relegarse en aras de la inmediatez que ofrecen los nuevos medios.

Por su parte, López¹⁹ agrega que los nuevos instrumentos tecnológicos apartan a los jóvenes de otros procedimientos formativos que son centrales para el cultivo de la cultura: la serenidad de la lectura por ejemplo, al tiempo que producen una riesgosa simplificación del lenguaje y una tendencia a confundir información con conocimiento. Por lo tanto, falta para promover la importancia de la memoria colectiva de saberes populares que permitan comprender la valiosa identidad del patrimonio cultural que amerita conocerlo, conservarlo y divulgarlo desde todas las instancias.

Así, el reto es abordar la cultura, desde sus diferentes ramas, plantea la necesidad de analizar y transmitir las tradiciones, valores, creencias, costumbres, objetos materiales y territorio de una generación a otra y de una sociedad a otra, con el fin primordial de conservar los conocimientos, experiencias y vivencias ancestrales a través del tiempo. Tal como lo plantea Barbero (2009), la comunicación construye la cultura, pero también está enmarcada por ella en contextos que van desde lo local hasta lo global. Las personas interpretan las ideas, las imágenes, los relatos y los puntos de vista en parte fusionando los recuerdos culturales con una imaginación cultural.

Córdoba - Colombia: una radiografía de crisis educativa.

La situación actual de la educación en Colombia en materia de cobertura y calidad de la educación básica y media es preocupante. Según el informe del Departamento Nacional de Planeación, esta situación se resume en los siguientes 4 aspectos²⁰:

¹⁷ Fernández, Flora (2011). Rescate de la Tradición oral en cuanto a los mitos y leyendas del Sinú, San Jorge y las sabanas cordobesas en una sería educativa radiofónica. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería. Montería.

¹⁸ Ember, M. Maccormanck, C. Antropología Cultural: Descripción de una cultura. e.d. 8. Madrid: McGraw-Hill, 1997.

¹⁹ López, Luís (1986). Introducción a los medios masivos de comunicación. Ed. USTA. Bogotá.

²⁰ Barrera, F. M. (2012). Calidad de la educación básica y media en Colombia: Diagnóstico y Propuestas. Universidad del Rosario - Departamento Nacional de Planeación, Bogotá.

- Aunque la cobertura educativa ha avanzado, falta completar el esfuerzo para que deje de ser un tema de preocupación.
- Los indicadores internacionales de aprendizaje muestran que los estudiantes colombianos tienen, en promedio, niveles de aprendizaje comparativamente menores a los de países similares.
- Los indicadores de calidad nacionales indican que existen importantes desigualdades en la calidad de la educación al interior del país.
- Existe una alta inequidad en las horas de instrucción que reciben los estudiantes en el país, factor que puede estar altamente correlacionado con la calidad de educación que terminan adquiriendo.

El panorama general en la Costa Caribe Colombiana evidencia que la tasa de analfabetismo presenta los mayores rezagos, al encontrarse por encima del promedio nacional y muy lejos de la meta para el 2015. Sólo dos departamentos de la región, San Andrés y Atlántico, presentan tasas por debajo del promedio nacional²¹.

En el informe del PNUD y del Observatorio del Caribe Colombiano, se releva la radiografía del estado de la educación en esta zona del país:

- El nivel de escolaridad alcanzado por la población joven es levemente inferior que en el resto del país.
- En cobertura bruta, mientras en educación básica la región ya superó la meta, en educación media se encuentra lejos de alcanzarla.
- Las tasas de reprobación y deserción superan el promedio nacional.
- La calidad de los colegios es muy deficiente; en las pruebas ICFES de 2008, ningún departamento logró un puntaje superior al promedio nacional.
- En 2005, el 6.7% de las personas entre 15 y 24 años eran analfabetas, 2.4 puntos porcentuales por encima del promedio nacional (4.3%) y 5.7 puntos porcentuales por encima de la meta establecida para el 2015. En términos absolutos, la región cuenta con 112.240 personas entre los 15 y 24 años que no saben leer y escribir.

El departamento de Córdoba y su capital Montería, no son ajenos a esta realidad. Para 2013, sólo 3 municipios (Montería, Loricá y Sahagún) de los 30 que lo conforman, se encuentran certificados; es decir, el 90% de los municipios no tienen la capacidad técnica administrativa y financiera para prestar efectivamente el servicio educativo, no cuentan con un proyecto educativo municipal y adecuada información del sector, y no se caracterizan por la gestión transparente, eficiente, acertada y adecuada de los recursos de acuerdo a las necesidades y potencialidades del territorio.

Según estadísticas institucionales, en el año 2008 el 16% de las instituciones en Montería se encontraron en un nivel Inferior, el 44% en nivel Bajo, el 23% en Medio, el 5% en Alto, el 6% en Superior y un 6% en nivel Muy Superior. Para el 2009, el 9% de las instituciones se

²¹ PNUD. Observatorio del Caribe Colombiano. (2010). El Caribe Colombiano frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Colombia: Nuevas Ediciones.

encontraron en un nivel Inferior, el 30% en un nivel Bajo, el 38% en Medio, el 8% en Alto, un 6% Superior y el 9% Muy Superior²²; lo que no representa un avance significativo.

Aunque se han mejorado muy levemente las cifras, la realidad de la educación en Colombia es crítica. Los indicadores de gasto público, cobertura, eficiencia y calidad siguen reportando fallas que se ven representadas en el proceso educativo, al no dimensionar la importancia de la eficiencia del sistema educativo, los recursos del sector, logros académicos de los estudiantes, nivel de cualificación de los directivos y docentes, salario de los profesores, rol de padres y sociedad en el proceso de formación, influencia del entorno familiar, nivel socioeconómico del estudiante, estructura organizacional de las instituciones, incentivos, entre otros.

Lo anterior aporta al debate en torno a la relación comunicación – educación, al plantear la necesidad de transformar el modelo educativo para que este pueda interactuar con el país; más aún, cuando el sistema escolar luce de espaldas a los cambios culturales que pasan por los procesos de comunicación e información, lo que hace imposible formar ciudadanos²³

3.2. INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

3.2.1. Importancia de la Línea de Investigación

La Línea de Investigación del Programa de Comunicación Social – Periodismo se fundamenta epistemológicamente en la relación Cultura, Comunicación y Educación, que pretende:

- Comprender la comunicación desde la cultura y la cultura desde la comunicación enmarcada en contextos que van desde lo local hasta lo global.
- Analizar la realidad de la educación del país y la región desde la comprensión de los fenómenos socioculturales que influyen en sus transformaciones, tendencias y retos.
- Abordar los fenómenos socioculturales y educativos que experimenta la sociedad, que tienen como eje la información y la comunicación.

3.2.2. Pertinencia de la Línea de Investigación.

El tema de la cultura en el departamento de Córdoba y su incidencia en el desarrollo sociocultural de los habitantes, es de gran relevancia para la región y el país. Una de las razones de esta motivación radica en que la zona fue habitada por los Zenúes, cultura precolombina de mayor importancia en Colombia, que se destaca por sus misterios, diversidad y tradición. A pesar de lo anterior y de las múltiples manifestaciones culturales, las nuevas generaciones desconocen la riqueza cultural de la región.

²² ICFES. (2008). Análisis Cuantitativo de la Educación en Montería – Córdoba, Colombia en los años 2008 – 2009. Bogotá.

²³ Barbero, Martín (2009). Medios, Comunicación, Cultura. Aproximación global. James Lull. Amorrortu editores. Buenos Aires – Madrid.

Aunque la Secretaría de Cultura de Córdoba²⁴ afirma que existen historiadores que han investigado el tema, falta develar incógnitas sobre el verdadero origen de este pueblo, su parentesco con otras culturas indígenas, la forma de obtener abundantes provisiones de oro, la técnica utilizada por los orfebres para su fundición, los conocimientos de ingeniería hidráulica para construir y manejar las terrazas en el San Jorge y la razón de la división en las sedes de Finzenú, Panzenú y Zenúfana, etc.

Ember y Maccormanck²⁵ aseguran que la cultura popular se ve afectada porque los medios divulgan cada vez menos las manifestaciones populares de cada cultura y se centran en aquellos fenómenos que se ajustan a los intereses comerciales y de expansión del poder. Las nuevas generaciones siguen siendo el flanco débil y por tanto el objeto de las mayores preocupaciones: la ilusión de los medios electrónicos, con su facilidad de adopción y la magia de la pequeña pantalla de la computadora o del televisor, generan un distanciamiento de otras experiencias comunicacionales que exigen diversas formas de atención y una capacidad de reflexión que puede relegarse en aras de la inmediatez que ofrecen los nuevos medios.

Al respecto López²⁶ agrega que los nuevos instrumentos tecnológicos apartan a los jóvenes de otros procedimientos formativos que son centrales para el cultivo de la cultura: la serenidad de la lectura por ejemplo, al tiempo que producen una riesgosa simplificación del lenguaje y una tendencia a confundir información con conocimiento. Por lo tanto, falta para promover la importancia de la memoria colectiva de saberes populares que permitan comprender la valiosa identidad del patrimonio cultural que amerita conocerlo, conservarlo y divulgarlo desde todas las instancias.

En cuanto a la situación actual de la educación en Colombia en materia de cobertura y calidad de la educación básica y media expertos expresan que es preocupante, debido a: falta mejorar la cobertura educativa; los estudiantes colombianos tienen, en promedio, niveles de aprendizaje comparativamente menores a los de países similares; los indicadores de calidad nacionales indican que existen importantes desigualdades en la calidad de la educación al interior del país; y existe una alta inequidad en las horas de instrucción que reciben los estudiantes en el país, factor que puede estar altamente correlacionado con la calidad de educación que terminan adquiriendo²⁷.

El panorama general en la Costa Caribe Colombiana evidencia que la tasa de analfabetismo presenta los mayores rezagos, al encontrarse por encima del promedio nacional y muy lejos de la meta para el 2015²⁸.

²⁴ Secretaría de Cultura. Departamento de Córdoba. Biblioteca David Martínez. Consultado el 24 de junio de 2014. Disponible En: http://culturadecordoba.tripod.com/zenues/cultura_zenu.html

²⁵ Ember, M. Maccormanck, C. Antropología Cultural: Descripción de una cultura. e.d. 8. Madrid: McGraw-Hill, 1997.

²⁶ López, Luís (1986). Introducción a los medios masivos de comunicación. Ed. USTA. Bogotá.

²⁷ Barrera, F. M. (2012). Calidad de la educación básica y media en Colombia: Diagnóstico y Propuestas. Universidad del Rosario - Departamento Nacional de Planeación, Bogotá.

²⁸ PNUD. Observatorio del Caribe Colombiano. (2010). El Caribe Colombiano frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Colombia: Nuevas Ediciones.

El departamento de Córdoba y su capital Montería, no son ajenos a esta realidad. Para 2013, sólo 3 municipios (Montería, Lorica y Sahagún) de los 30 que lo conforman, se encuentran certificados; es decir, el 90% de los municipios no tienen la capacidad técnica administrativa y financiera para prestar efectivamente el servicio educativo, no cuentan con un proyecto educativo municipal y adecuada información del sector, y no se caracterizan por la gestión transparente, eficiente, acertada y adecuada de los recursos de acuerdo a las necesidades y potencialidades del territorio.

Según estadísticas institucionales, en el año 2008 el 16% de las instituciones en Montería se encontraron en un nivel Inferior, el 44% en nivel Bajo, el 23% en Medio, el 5% en Alto, el 6% en Superior y un 6% en nivel Muy Superior. Para el 2009, el 9% de las instituciones se encontraron en un nivel Inferior, el 30% en un nivel Bajo, el 38% en Medio, el 8% en Alto, un 6% Superior y el 9% Muy Superior²⁹; lo que no representa un avance significativo.

Aunque se han mejorado muy levemente las cifras, la realidad de la educación en Colombia es crítica. Los indicadores de gasto público, cobertura, eficiencia y calidad siguen reportando fallas que se ven representadas en el proceso educativo, al no dimensionar la importancia de la eficiencia del sistema educativo, los recursos del sector, logros académicos de los estudiantes, nivel de cualificación de los directivos y docentes, salario de los profesores, rol de padres y sociedad en el proceso de formación, influencia del entorno familiar, nivel socioeconómico del estudiante, estructura organizacional de las instituciones, incentivos, entre otros.

Lo anterior aporta al debate en torno a la relación Cultura, Comunicación y Educación, al plantear la necesidad de transformar el modelo sociocultural para que incida en el modelo educativo y lograr así, que este último, pueda interactuar con el país; más aún, cuando el sistema escolar luce de espaldas a los cambios culturales que pasan por los procesos de comunicación e información, lo que hace imposible formar ciudadanos³⁰.

Finalmente, el reto es abordar la cultura, para analizar y transmitir las tradiciones, valores, creencias, costumbres, objetos materiales y territorio de una generación a otra y de una sociedad a otra, con el fin primordial de conservar los conocimientos, experiencias y vivencias ancestrales a través del tiempo y de fortalecer las prácticas educativas.

3.2.3. Interés curricular e interés institucional para abordar esta problemática

Con la última reforma curricular y la homologación del pensum del Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería en el año 2005, se fortalecieron los Ciclos Básico Universitario, Básico Disciplinar y profesional con cursos que le aportan a la relación Cultura, Comunicación y Educación.

²⁹ ICFES. (2008). Análisis Cuantitativo de la Educación en Montería – Córdoba, Colombia en los años 2008 – 2009. Bogotá.

³⁰ Barbero, Martín (2009). Medios, Comunicación, Cultura. Aproximación global. James Lull. Amorrortu editores. Buenos Aires – Madrid.

En este sentido, en el Ciclo Básico Universitario se encuentran los cursos Humanismo, Cultura y Valores; y Lengua y Cultura; Democracia y derechos humanos; Problemas Colombianos; etc. En el Ciclo Básico Disciplinar, los cursos Saber Social, Sujeto y Sociedad, Antropología Cultural, Comunicación para el Desarrollo e Investigación Social. En el Ciclo Profesional, los cursos Investigación en Comunicaciones y la opcional Comunicación y Educación.

Lo anterior cobra mayor importancia, después de detectar que el Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería no podía manejar la tendencia de otras facultades del país, cuyo énfasis es en medios audiovisuales o comunicación organizacional, debido a que el departamento de Córdoba presentaba otras problemáticas en las que los Comunicadores podían verse implicados como es el caso del desplazamiento, violencia, cultura ciudadana, actuación de ONGs, problemas ambientales en las comunidades, entre otros.

De esta manera, la relación Cultura, Comunicación y Educación, busca abrir un nuevo horizonte de trabajo y proyección a los Comunicadores y a los especialistas en el tema, frente al estudio y abordaje de esta relación interdisciplinaria, que necesariamente debe involucrar a todos los actores de la sociedad para promover transformaciones en todos los niveles. Además, existe el interés institucional por abordar la problemática, para aportar desde la academia al desarrollo cultural, social y educativo del departamento de Córdoba.

3.2.4. Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación

Se plantea la Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación con el objetivo de articular la cultura, la comunicación y la educación como dinamizadores de transformación social.

Cuadro No. 11. Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación.

Línea	Objetivo	Coordinador
Cultura, Comunicación y Educación	Articular la cultura, la comunicación y la educación como dinamizadores de transformación social.	Julián Forero Sandoval

3.2.5. Sublíneas de Investigación.

Para dar respuesta a la Línea Cultura, Comunicación y Educación se plantean las siguientes Sublíneas de Investigación: Didácticas, Alfabetización Audiovisual, Mediaciones, Comunicación Para el Cambio Social, Organizaciones y Cultura.

Cuadro No. 12. Sublíneas de la Línea de Investigación Cultural, Comunicación y Educación con objetivo y responsables.

Sublínea	Objetivo	Responsable
Didácticas	Generar conceptos y promover la construcción de recursos de apoyo a través del análisis sistemático que incorpore teorías, tendencias y métodos pedagógicos, que incidan en las didácticas de los diferentes niveles de educación formal e informal de la región.	Julián Forero.
Alfabetización Audiovisual	Formar en el análisis crítico de los mensajes y contenidos de los medios de comunicación para el reconocimiento de sus características y lenguajes.	Julián Forero
Mediaciones	Identificar las necesidades de las instituciones/organizaciones en relación al uso de los medios y las Tecnologías de la Información y la Comunicación –TIC-, para posibles aplicaciones de acuerdo a sus características y lenguajes.	Katherine Seña. Juan Vargas Díez. María Cecilia Pérez.
Comunicación para el Cambio Social	Reconocer los procesos de construcción comunitaria de la región para diseñar e implementar estrategias comunicativas y educativas para el cambio social.	Ana Lorena Malluk
Organizaciones	Formar en el manejo de las comunicaciones internas y externas en las diferentes instituciones.	Ana Lorena Malluk
Cultura	Reconocer los procesos socioculturales materiales e inmateriales que identifican a la región, en virtud de la comunicación y la interacción social.	Flora Fernández

3.2.6. Investigadores de la Línea Cultura, Comunicación y Educación.

Para la comprensión de los aspectos mencionados anteriormente, el Programa de Comunicación Social – Periodismo y el Centro de Lenguas cuenta con docentes formados en investigación con conocimientos y experiencias en diferentes áreas, que aportan a la relación Cultura, Comunicación y Cultura.

Cuadro No. 13. Investigadores de la Línea Cultura, Comunicación y Educación por área de desempeño y nivel académico.

Investigador	Área de la Comunicación	Nivel académico
Julián Forero Sandoval	Fundamentación	Magíster en Educación
María Cecilia Pérez Berrocal	Audiovisuales (TV)	Magister en Comunicación
Flora Fernández Ortega	Periodismo. Audiovisuales (Radio)	Magister en Comunicación

Juan Carlos Vargas Diez	Audiovisuales (TIC)	Magister en Diseño y creación de medios interactivos
Katherine Seña Giraldo	Fundamentación. Audiovisuales (TIC)	Magister en Comunicación Digital
Ana Lorena Malluk Marengo	Gestión (Comunicación Organizacional y Comunicación para el Desarrollo)	Magister en Comunicación

3.3. INVESTIGACIÓN FORMATIVA EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

3.3.1. Manual de Trabajo de Grado del Programa De Comunicación Social – Periodismo

Teniendo en cuenta que el *Plan de Investigación* plantea el fortalecimiento de la investigación en el Programa de Comunicación Social – Periodismo, a partir del rediseño de la Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación y de sus respectivas Sublíneas, surge la necesidad de ajustar el Manual de Trabajo de Grado para alcanzar la articulación entre la investigación científica y la formativa.

3.3.1.1. El Trabajo de Grado

Si se tienen en cuenta la necesidad e importancia que revisten los esfuerzos de reflexión, conceptualización y creación, tanto para el profesionalismo como para el desarrollo del país, se deduce que los Trabajos de Grado en el Programa de Comunicación Social – Periodismo deben estar caracterizados por un sólido apoyo investigativo.

El rasgo fundamental del trabajo de grado lo da el esfuerzo investigativo que éste supone y del cual se derivan -cuando menos - inquietudes, áreas nuevas por explorar o por ensayar que constituyen retos para acciones futuras. Este trabajo no equivale exclusivamente a una realización práctica y tampoco tiene sentido si se trata de una copia sin ningún aporte personal; en el Programa es considerado requisito de grado.

El Trabajo de Grado debe ser entendido como la oportunidad que se le presenta al nuevo profesional para que ofrezca su aporte inicial al conocimiento de su carrera en cualquiera de los frentes que ésta tiene. Debe ser un trabajo de búsqueda y reflexión, sin que esto signifique necesariamente un trabajo teórico; es precisamente esta tarea de búsqueda y de reflexión la que aporta el toque de profesionalismo tanto al trabajo como a su autor o autores, de tal forma que se vea superado el lindero de lo técnico y lo tecnológico.

En este sentido, debe convertirse en material de consulta. Para ello se requiere un adecuado funcionamiento de los procesos de control de calidad y, luego, la promoción adecuada por los medios de que dispone el Programa: periódico, revista, boletines, cartelera e incluso, la bibliografía de los programas de los cursos cuando los profesores lo consideren pertinente.

El Trabajo de Grado consta de dos partes:

- La primera parte de orden conceptual que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.
- La segunda parte de orden práctico que incluye la Propuesta Comunicacional, según las modalidades de Trabajo de Grado.

3.3.1.1.1. Objetivos del Trabajo de Grado

Los objetivos del Trabajo de Grado en el Programa son:

- Servir de medio para encauzar los intereses específicos de los estudiantes, de tal manera que aquellos se concreten en aportes reales.
- Propiciar la producción de conocimientos de base teórica y práctica que resulten de algún modo novedoso en el campo de la comunicación en sus distintas manifestaciones y especialidades, particularmente en lo que a nuestra realidad se refiere.
- Estimular en los universitarios el interés por la reflexión y por la actitud científica, que deberá reflejarse en su trabajo como profesionales.
- Contribuir al desarrollo de la profesión.

En razón de la esencia y de los objetivos que el Programa de Comunicación Social - Periodismo asigna a los Trabajos de Grado, éstos, una vez aprobados, serán de libre consulta en la biblioteca (ninguno podrá ser de carácter confidencial).

3.3.1.1.2. Línea y Sublíneas de Investigación del Trabajo de Grado

El Trabajo de Grado debe estar enmarcado en la Línea de Investigación *Cultura, Comunicación y Educación*, que tiene como objetivo articular la cultura, la comunicación y la educación como dinamizadores de transformación social.

Cuadro No. 10. Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación.

Línea	Objetivo	Coordinador
Cultura, Comunicación y Educación	Articular la cultura, la comunicación y la educación como dinamizadores de transformación social.	Julián Forero Sandoval

Para dar respuesta a la Línea Cultura, Comunicación y Educación, el Trabajo de Grado deberá responder a algunas de las siguientes Sublíneas de Investigación: Didácticas, Alfabetización Audiovisual, Mediaciones, Comunicación para el Cambio Social, Organizaciones y Cultura.

Cuadro No. 11. Sublíneas de la Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación.

Sublínea	Objetivo	Responsable
Didácticas	Generar conceptos y promover la construcción de recursos de apoyo a través del análisis sistemático que incorpore teorías, tendencias y métodos pedagógicos, que incidan en las didácticas de los diferentes niveles de educación formal e informal de la región.	Julián Forero
Alfabetización Audiovisual	Formar en el análisis crítico de los mensajes y contenidos de los medios de comunicación para el reconocimiento de sus características y lenguajes.	Julián Forero
Mediaciones	Identificar las necesidades de las instituciones en relación al uso de los medios y las Tecnologías de la Información y la Comunicación –TIC-, para posibles aplicaciones de acuerdo a sus características y lenguajes.	Katherine Seña Juan Vargas Díez María Cecilia Pérez
Comunicación para el Cambio Social	Reconocer los procesos de construcción comunitaria de la región para diseñar e implementar estrategias comunicativas y educativas para el cambio social.	Ana Lorena Malluk
Organizaciones	Formar en el manejo de las comunicaciones internas y externas en las diferentes instituciones.	Ana Lorena Malluk
Cultura	Reconocer los procesos socioculturales materiales e inmateriales que identifican a la región, en virtud de la comunicación y la interacción social.	Flora Fernández

Los estudiantes deben realizar el Trabajo de Grado en el área temática de la comunicación que oferte el Programa de Comunicación Social – Periodismo, con las debidas calidades metodológicas y de contenido de acuerdo con la Línea de Investigación Cultura, Comunicación y Educación y con las especificaciones de cada modalidad. Finalmente, presenta el trabajo ajustado a los siguientes requerimientos:

- Presentar la propuesta de investigación ante el Comité de Investigación para su aprobación.
- Elaborarlo en los dos semestres académicos estipulados por el Programa de Comunicación Social – Periodismo sobre un tema que aporte a la relación Cultura, Comunicación y Educación.
- Elegir la sublínea de investigación de acuerdo al objeto de estudio y a la modalidad de Trabajo de Grado.
- Elegir el tema teniendo en cuenta los siguientes criterios:
 - Aporte a la relación Cultura, Comunicación y Educación.
 - Pertinencia académica y social.
 - Interés para el Programa y el estudiante.
 - Utilidad e interés para la profesión.

- Factibilidad (disponer de recursos económicos, técnicos, físicos y humanos para realizarlo).
 - Originalidad (novedoso en sí mismo o en virtud de las circunstancias que lo acompañen).
 - Aptitudes del estudiante para tratar adecuadamente el tema.
 - Que no se haya realizado (si el tema fue investigado se presenta una propuesta con enfoque y objetivos diferentes, siempre y cuando se amerite de acuerdo con la aprobación del Comité de Trabajos de Grado).
- Realizar un proyecto con las condiciones investigativas requeridas por el Programa de Comunicación Social – Periodismo y con calidad metodológica que aporte al desarrollo de la relación Cultura, Comunicación y Educación.
 - Abordar las distintas etapas del proyecto de acuerdo a los criterios de calidad establecidos por el Programa de Comunicación Social – Periodismo, desde el punto de vista de contenido y forma.
 - Redactarlo teniendo en cuenta las normas APA.

3.3.1.1.3. Modalidades del Trabajo de Grado

El Trabajo de Grado supone investigación. No puede limitarse a una realización práctica a menos que ésta lleve implícita una fase previa investigativa; y por investigación ha de entenderse la búsqueda metódica y sistemática de un conocimiento novedoso en algún campo, o alguna conceptualización original que puede estar inspirada en ideas de otros autores.

La temática de investigación en el Trabajo de Grado debe hacer referencia directa o indirectamente a cuestiones relacionadas con la comunicación y/o a su relación con la cultura y la educación. Si el contenido investigativo no alude a temas de comunicación, su tratamiento formal sí debe corresponder necesariamente a un manejo profesional que esté apoyado en un trabajo de investigación y de reflexión sobre ese quehacer que contribuya al conocimiento de las técnicas utilizadas, tanto por parte de los autores, como de otras personas interesadas.

El Programa, para darle cabida a las diferentes áreas y campos de acción de la comunicación y a los intereses profesionales de los estudiantes, presenta las modalidades de Trabajo de Grado:

Cuadro No. 14. Tipo de Investigación, Modalidad de Trabajo de Grado y Producto Comunicacional

Tipo de Investigación	Tipo de Modalidad	Propuesta Comunicacional
Básica	Modalidad 1. Investigación básica de Tipo conceptual	
Aplicada	Modalidad 2. Investigación aplicada Tipo producción	Productos sonoros
		Realización audiovisual

	audiovisual	Producción géneros periodísticos
		Producción medios alternativos
		Producción multimedia
	Modalidad 3. Investigación aplicada Tipo propuesta pedagógica	Propuesta pedagógica para la comunicación y/o educación
	Modalidad 4. Investigación aplicada Tipo producción organizacional	Diagnóstico de comunicación
		Diseño de estrategias de comunicación
		Diseño de plan de comunicación
Proyecto de Comunicación		

3.3.1.1.3.1. Investigación Básica: Investigación de Tipo Conceptual

MODALIDAD 1. INVESTIGACIÓN BÁSICA TIPO CONCEPTUAL

Busca el desarrollo de la teoría y/o la descripción y análisis de procesos o prácticas de comunicación, o de fenómenos asociados a ellas. Abarca aquellos trabajos que aportan al desarrollo conceptual sobre la comunicación en sus múltiples manifestaciones y posibilidades y que, por lo tanto, enriquecen la reflexión en las diferentes materias de fundamentación en el área profesional.

3.3.1.1.3.2. Investigación Aplicada

MODALIDAD 2: INVESTIGACIÓN APLICADA DE TIPO PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Implica la recopilación, sistematización y análisis del material que sirve para la elaboración de mensajes transmitidos por los medios de comunicación. Abarca los trabajos que se relacionan con el área de información y medios. Esta es la base para el tratamiento profundo y a la vez estético de los contenidos.

Propuesta Comunicacional: Productos Sonoros

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

Los productos sonoros deben contener:

- Tratamiento del asunto/tema (justificación de la propuesta a partir de las necesidades identificadas previamente en la investigación).
- Planeación (presentación de la propuesta, objetivos, perfil de audiencia, caracterización del entorno).
- Desarrollo (fases: preproducción, producción y posproducción).

- Un programa grabado (producto sonoro anexo).
- Tres guiones completos.

Propuesta Comunicacional: Realización audiovisual

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

Los productos audiovisuales deben contener:

- Tratamiento del asunto/tema (justificación de la propuesta a partir de las necesidades identificadas previamente en la investigación).
- Planeación (presentación de la propuesta, objetivos, perfil de audiencia, caracterización del entorno).
- Desarrollo (fases: preproducción, producción y posproducción).
- Un programa grabado (producto audiovisual anexo).
- Tres guiones completos.

Propuesta Comunicacional: Producción géneros periodísticos

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

Los productos periodísticos deben contener:

- Tratamiento del asunto/tema (justificación de la propuesta a partir de las necesidades identificadas previamente en la investigación)
- Planeación (presentación de la propuesta, objetivos, perfil de audiencia, caracterización del entorno, plan de cubrimiento, fuentes de información, metodología de investigación periodística, manejo de las técnicas de la historia periodística o del género periodístico trabajado).
- Desarrollo (fases: preproducción, producción y posproducción).
- Producto periodístico anexo.

Propuesta Comunicacional: Producción medios alternativos

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

Los productos de medios alternativos deben contener:

- Tratamiento del asunto/tema (justificación de la propuesta a partir de las necesidades identificadas previamente en la investigación)

- Planeación (presentación de la propuesta, objetivos, concepción del medio, perfil de audiencia, caracterización del entorno, plan de cubrimiento, fuentes de información).
- Desarrollo (fases: preproducción, producción y posproducción).
- Medio alternativo (producto anexo).

Propuesta Comunicacional: Producción multimedia

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

Los productos multimedia deben contener:

- Tratamiento del asunto/tema (justificación de la propuesta a partir de las necesidades identificadas previamente en la investigación).
- Planeación (presentación de la propuesta, objetivos, perfil de público, caracterización del entorno).
- Desarrollo (fases: preproducción, producción y posproducción).
- Un producto multimedia (producto anexo).

MODALIDAD 3. INVESTIGACIÓN APLICADA TIPO PROPUESTA PEDAGÓGICA

Implica la fundamentación teórica en torno al proceso de enseñanza-aprendizaje mediada por la comunicación social a través del diseño y realización de recursos didácticos en cursos de los diversos niveles educativos: educación básica y superior.

Propuesta Comunicacional: Propuesta pedagógica para la comunicación y/o educación

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

La propuesta pedagógica para la comunicación y/o educación debe contener:

- Marco contextual
- Diagnóstico comunicacional para el diseño de la propuesta pedagógica
- Identificación del problema
- Objetivo
- Justificación de la propuesta
- Estrategia de trabajo (contenidos temáticos, habilidades y capacidades a desarrollar, propósito de formación, actividades a realizar por parte de los estudiantes, materiales y recursos).
- Producto pedagógico anexo (multimedia, impreso, sonoro y audiovisual).

MODALIDAD 4. INVESTIGACIÓN APLICADA TIPO PRODUCCIÓN ORGANIZACIONAL

Implica el proceso de gestión de la comunicación en las organizaciones formales e informales, en cuanto a las fases de diagnóstico, diseño estratégico, implementación, seguimiento y evaluación, a partir de necesidades o problemas previamente identificados; asimismo, la formulación de planes de comunicación y proyectos de comunicación. Abarca los trabajos que se relacionan con el área gestión.

Propuesta Comunicacional: Diagnóstico de comunicación

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

El diagnóstico comunicacional debe contener:

- Tratamiento del asunto/tema (presentación de la propuesta, objetivos, justificación, análisis de la necesidad o problema detectado, destinatarios, fases y actividades).
- Análisis FODA (identificación y análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- Conclusiones.
- Recomendaciones (acciones de mejoramiento).

Propuesta Comunicacional: Diseño de estrategias de comunicación

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

El diseño de estrategias de comunicación debe contener:

- Tratamiento del asunto/tema (presentación de la propuesta, objetivos, justificación, análisis de la necesidad o problema detectado, destinatarios).
- Formulación de las estrategias de comunicación. Incluye Etapa(s): Acción (qué), Objetivo (por qué), Finalidad (para qué), Actividades (cómo), Recursos -humanos, físicos, materiales, tecnológicos- (con qué), Tiempo (cuándo), Lugar (dónde), Actores – gestores y destinatarios- (quiénes), Presupuesto (cuánto). Se sugiere presentar en tablas.
- Conclusiones.
- Recomendaciones (acciones de mejoramiento).

Propuesta Comunicacional: Plan de comunicación

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

El diseño del plan de comunicación debe contener:

- Presentación de la empresa.

- Análisis de la necesidad, situación o problema detectado.
- Objetivos de la comunicación.
- Público objetivo.
- Estrategias de comunicación.
- Estrategia de medios (mensajes clave).
- Acciones recomendadas.
- Cronograma.
- Presupuesto.

Propuesta Comunicacional: Proyecto de comunicación

Esta propuesta comunicacional debe ir acompañada de la primera parte de orden conceptual del proyecto de investigación que incluye los capítulos: Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

El proyecto de comunicación debe contener:

- Presentación de la empresa-marca.
- Estudio de mercado
- Estudio organizacional o administrativo.
- Estudio técnico.
- Estudio legal.
- Estudio financiero o económico.

3.3.1.2. Cursos de Investigación para el desarrollo del Trabajo de Grado

El Programa de Comunicación Social – Periodismo tiene programado el desarrollo del Trabajo de Grado de sus estudiantes como un curso tutorial dividido en un primer nivel denominado Investigación en Comunicaciones I, que se realiza en el VIII semestre; e Investigación en Comunicaciones II, que se cursa en IX semestre de la carrera.

3.3.1.2.1. Investigación en Comunicaciones I

Durante la primera parte del curso Investigación en Comunicaciones I, el Comité de Investigación del Programa de Comunicación Social – Periodismo presenta sus lineamientos y estructura organizacional, la Línea y Sublíneas de Investigación existentes, los docentes investigadores y la oferta de proyectos de investigación que se pretenden llevar a cabo para el período correspondiente. De esta manera, se establecen los posibles grupos de trabajo (director metodológico, asesor temático y estudiantes) que se conforman para realizar las investigaciones.

Una vez establecidos los grupos de trabajo y los posibles temas de investigación, los estudiantes remiten una carta en la que presenten su propuesta ante el Comité de Investigación del Programa para su aprobación. En caso de que el Comité no la apruebe, los estudiantes tienen un plazo adicional para hacer los ajustes o presentar otra nueva propuesta.

Ver información detallada en el Capítulo 2. COMITÉ DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO.

Posteriormente, en las cuatro sesiones siguientes se explican las características del curso, la metodología de trabajo y las diferentes normas y procedimientos establecidos por la Universidad y por el Programa para el Trabajo de Grado. Una vez comprendido lo anterior por parte de los estudiantes, se inician las asesorías semanales bajo el acompañamiento del director metodológico y el asesor temático. Nota: Se debe presentar hoja de vida resumida del director del proyecto si es externo a la Universidad (véase el Anexo 01).

La evaluación del curso Investigación en Comunicación I, contempla la realización del Proyecto que incluye Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Bibliografía y Anexos.

Cuadro No. 15. Proyecto Investigación en Comunicaciones I

Capítulos	Contenido
Presentación	- Portadas - Tabla de contenido - Resumen - Palabras claves - Abstrac - Keywords - Introducción
1. Descripción del problema	1.1 Planteamiento del Problema 1.2 Formulación del Problema 1.3 Justificación
2. Objetivos	2.1 Objetivo General 2.2 Objetivos Específicos
3. Marco teórico	3.1. Antecedentes 3.2 Marco referencial
4. Diseño Metodológico	4.1 Tipo de estudio/investigación 4.2 Tipo de diseño 4.3 Población 4.4 Muestra 4.5 Categorías de análisis 4.6 Técnicas e instrumentos
Bibliografía	Bibliografía
Anexos	Anexos

Los estudiantes, al iniciar el octavo semestre presentan al Comité de Investigación el Trabajo de Grado una carta que contenga la propuesta de investigación. Una vez aprobada, inician la investigación y al finalizar el octavo semestre deben entregar a este Comité el Trabajo de Grado con las especificaciones antes mencionadas y la siguiente documentación requerida:

- Carta de aval firmada por el asesor temático del proyecto.
- El proyecto impreso y en formato electrónico redactado teniendo en cuenta las normas APA y organizado por capítulos, con la siguiente información:

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Este capítulo consta de: Portadas, Tabla de Contenido, Resumen, Palabras clave, Abstract, Keywords e Introducción.

- Portadas. El trabajo de grado consta de dos portadas:

Portada 1. Contiene el Título de la investigación, Autor(es), Universidad, Programa, Fecha y Ciudad.

Portada 2. Contiene el Título de la investigación, Autor(es), Nota: Trabajo de grado para optar al título de Comunicador Social-Periodista, Director del Trabajo de Grado o Asesor temático, Universidad, Programa, Fecha y Ciudad.

En cuanto al Título, contiene el qué, para qué, para quién, dónde y cuándo. *Nota importante: esta información se presenta en 1 cuartilla.*

- Tabla de Contenido: contiene el contenido por capítulo, número de páginas y anexos. *Nota importante: su extensión depende del número de capítulos que contenga el trabajo.*
- Resumen: contiene la información necesaria para darle al lector una idea clara y precisa del proyecto en cuanto a su pertinencia y calidad. Debe redactarse en un máximo de 350 palabras (espacio sencillo; a 10 puntos tamaño de la letra). *Nota importante: esta información se presenta en 1/2 cuartilla.*
- Palabras clave: son el tema central del contenido del proyecto; máximo cuatro. *Nota importante: esta información se presenta después del Resumen.*
- Abstract: es el resumen en inglés. *Nota importante: esta información se presenta en 1/2 cuartilla.*
- Keywords: palabras clave en inglés. *Nota importante: esta información se presenta después del Abstract.*
- Introducción: describe el alcance del proyecto y da una breve presentación del mismo. *Nota importante: esta información se presenta en 1 cuartilla.*

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Este capítulo consta de: Planteamiento del Problema, Formulación del Problema, Justificación.

- Planteamiento del Problema: es la descripción de la naturaleza y magnitud del problema de acuerdo a la práctica social, la ciencia y el investigador, en la que se deben exponer los diferentes aspectos que fundamentan el problema. *Nota importante: esta información se presenta en 2 ó 3 cuartillas.*

- **Formulación del Problema:** es la pregunta de investigación que relaciona de manera directa con las categorías de estudio. *Nota importante: esta información se presenta después del Planteamiento del Problema.*
- **Justificación:** expone las razones por las cuales se realiza la investigación, con énfasis en los beneficios que se obtendrán y los usos que se le dará al conocimiento derivado de esta. Se plantea a partir de los siguientes criterios:
 - **Conveniencia:** propósito académico o la utilidad social.
 - **Relevancia social:** trascendencia, utilidad y beneficios.
 - **Implicaciones prácticas:** la información ayuda a solucionar un problema.
 - **Valor teórico:** el estudio complementa algún conocimiento existente o genera conocimiento nuevo
 - **Utilidad metodológica:** la investigación contribuye a la definición de un concepto, sugiere la forma cómo estudiar más adecuadamente un tema o empleará un nuevo modelo para obtener o recolectar la información.*Nota importante: esta información se presenta en 2 cuartillas.*

OBJETIVOS

- **Objetivo general:** es la aspiración y propósito de la investigación; debe ser alcanzable y expresarse con claridad. Se estructura respondiendo al qué, cómo y para qué. *Nota importante: esta información se presenta entre 3 y 5 líneas.*
- **Objetivos específicos:** son las acciones necesarias para llevar a cabo el logro del objetivo general (cada objetivo debe responder a una Categoría/Variable). *Nota importante: esta información se presenta después del Objetivo General.*

Se deben formular un objetivo general y mínimo dos específicos que conduzcan al logro del proyecto y que sean alcanzables con la metodología propuesta. Los objetivos deben tener una relación directa con la descripción del problema, la pregunta/hipótesis que se quiere resolver y las Categorías/Variables de estudio.

Para la formulación de los objetivos se debe comenzar con un verbo activo (ar, er, ir), suministrar indicadores cuantitativos y cualitativos, indicar la estrategia que se emplea para lograrlo e indicar el tiempo que se requiere para su logro.

MARCO TEÓRICO

- **Antecedentes:** son las investigaciones del contexto (mundial -3 referentes-, nacional -2 referentes- y regional/local -1 referente-). Se consideran antecedentes, los trabajos de grado, monografías, tesis, artículos científicos y libros de carácter científico. Cada Antecedente debe contener: título, año, objetivo general, principales resultados obtenidos que evidencien los aportes de la investigación consultada al problema abordado en el trabajo de grado propio. *Nota importante: esta información se presenta en 4 ó 5 cuartillas.*
- **Marco referencial:** aborda la postura teórica y conceptual del trabajo investigativo que se desarrolla; se debe estructurar de acuerdo a las Categorías/Variables de estudio (mínimo 2).

Para cada una se referenciarán mínimo 4 autores y mínimo 4 conceptos. *Nota importante: esta información se presenta en mínimo 15 cuartillas.*

DISEÑO METODOLÓGICO

Este capítulo contiene: Tipo de Investigación, Tipo de Diseño, Población, Muestra, Categorías/ Variables, Técnica(s) para recoger los datos e Instrumentos. *Nota importante: esta información se presenta en 3 cuartillas.*

- Tipo de Investigación: en el primer párrafo se define el tipo de investigación que se emplea; para ello deben incluir por lo menos un autor que lo defina. En el segundo párrafo, las razones por las que se escoge. Puede ser: investigación cualitativa o cuantitativa.
- Tipo de Diseño: en el primer párrafo se explica el diseño en particular se realiza de acuerdo al tipo de investigación; para ello deben incluir por lo menos un autor que lo defina. En el segundo párrafo, las razones por las que se escoge. Puede ser: descriptivo, correlacional, exploratoria y explicativa.
- Población: describe los sujetos objeto de estudio en cuanto a las características generales como edad promedio, sexo, nivel de escolaridad y nivel socioeconómico.
- Muestra (Muestreo): es el subconjunto de la población que se estudia, a partir de la cual se sacan conclusiones sobre las características de la población. Para definirla, se debe referenciar una teoría que justifique si es probabilística o no probabilística. En otro párrafo, se justifican las razones por las que se escogió el tipo de muestra, de acuerdo a su representatividad; es decir, que guarde correspondencia con la población.
- Categorías/Variables: el concepto Categoría (investigación cualitativa) / Variable (investigación cuantitativa) corresponde a un grupo básico en el que puede incluirse o clasificarse cierto conocimiento, de acuerdo a un criterio, jerarquía, grado e importancia. En caso de ser investigación descriptiva o exploratoria se plantean las categorías de estudio. En el caso de ser investigación de tipo explicativo o correlacional se relacionan las variables (dependientes e independientes). Se deben establecer mínimo 2 categorías/variables.
- Técnica(s) e Instrumentos: es la explicación detallada de todos los procedimientos específicos para recoger la información y las razones por las que se emplean. Las Técnicas pueden ser: observación (participante o no), entrevista individual (directiva, semi directiva, no directiva) o de grupo (grupos focales, Phillips66, T-group, juego de roles, etc...), los cuestionarios y test estandarizados, el análisis de contenido, entre otros.

A partir del uso de las Técnicas se seleccionan los Instrumentos, es decir, las herramientas que permiten registrar la información. Pueden ser: ficha temática, guía de entrevista, guía de encuesta, guías de observación, diario de campo, guía de discusión, nombre de cuestionarios y sus características, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

Este capítulo incluye las referencias bibliográficas de todas las citas mencionadas en la investigación; se deben referenciar en orden alfabético. El Trabajo de Grado podrá tener cuatro tipos básicos de referencias: libros, capítulos de libros colectivos o actas, artículos de revista (preferiblemente indexadas) y documentos electrónicos (internet y bases de datos). *Nota importante: su extensión depende del número de citas que contenga el trabajo.*

ANEXOS

Este capítulo contiene la información complementaria que no puede incluirse al interior del informe pero que es necesaria para la comprensión del mismo. Se debe privilegiar en particular las copias de los instrumentos y se presentan numerados y separados. *Nota importante: su extensión depende del número de anexos que contenga el trabajo.*

Notas:

- Los proyectos incompletos o que carezcan de carta de aceptación del profesor titular del curso, no podrán pasar a aprobación del Comité de Investigación.
- La evaluación del curso será de la siguiente manera:
 - 30% Asistencia a asesorías y entrega de informes de avances
 - 30% Primera parte del proyecto (Presentación, Descripción del problema, Objetivos y Justificación).
 - 40% Proyecto (Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Bibliografía y Anexos).

3.3.1.2.2. Investigación en Comunicaciones II

El principal objetivo del curso Investigación en Comunicaciones II, durante el noveno semestre, es orientar al estudiante en la realización de los Resultados y Análisis, Conclusiones y Propuesta Comunicacional.

La evaluación del curso Investigación en Comunicación II, contempla la realización del Proyecto que incluye la Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Propuesta Comunicacional, Bibliografía y Anexos.

Cuadro No. 16. Proyecto Investigación en Comunicaciones II

Capítulos	Contenido
Presentación*	<ul style="list-style-type: none">- Portadas- Tabla de contenido- Resumen- Palabras claves- Abstrac- Keywords

	- Introducción
2. Descripción del problema*	2.1 Planteamiento del Problema 2.2 Formulación del Problema 2.3 Justificación
2. Objetivos*	2.1 Objetivo General 2.3 Objetivos Específicos
3. Marco teórico*	3.1. Antecedentes 3.2 Marco referencial
4. Diseño Metodológico*	4.1 Tipo de estudio/investigación 4.7 Tipo de diseño 4.8 Población 4.9 Muestra 4.10 Categorías de análisis 4.11 Técnicas e instrumentos
4. Resultados y Análisis	- Resultados - Análisis
5. Conclusiones	
6. Propuesta de Comunicación	- Según Modalidad de Trabajo de Grado
Bibliografía*	Bibliografía
Anexos*	Anexos

Nota aclaratoria.

*Estos capítulos ya fueron desarrollados en *Investigación en Comunicaciones I*. Sin embargo, el estudiante y/o grupo de trabajo es responsable de hacer los ajustes de estos apartes de acuerdo a las sugerencias/correcciones realizadas por el docente titular del curso, el asesor temático o el jurado y de incluir las actualizaciones necesarias, como requisito para avanzar en *Investigación en Comunicaciones II*.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Este capítulo incluye los principales hallazgos obtenidos a partir de la aplicación de las Técnicas e Instrumentos de recolección de datos. Seguido se debe argumentar dicho resultado a partir de los fundamentos de la comunicación. Cuando se utilicen instrumentos estadísticos es necesario incluir gráficos. *Nota importante: su extensión depende del número de técnicas e instrumentos utilizados.*

CONCLUSIONES

Es la síntesis final de la investigación realizada; engloba todos los aspectos parciales; es integradora por cuanto toma en cuenta todos los datos e informaciones. Pueden ser enumeradas o no, pero en todo caso, debe ser suficientemente razonadas y convincentes. Están interrelacionadas con las variables/categorías planteadas en el problema. *Nota importante: esta información se presenta en 3 ó 4 cuartillas.*

PROPUESTA COMUNICACIONAL

Es la segunda parte, es de orden práctico y surge de la concepción de una idea que se formula como producto comunicacional a partir de la identificación de una necesidad, situación o problema de tipo comunicativo, con el fin plantear alternativas de solución en respuesta a la primera parte del proyecto de investigación que es de orden conceptual.

La Propuesta Comunicacional se presenta en las Modalidades 2, 3 y 4.

Para la Modalidad 2. Investigación Aplicada Tipo Producción Audiovisual, los siguientes son los tipos de propuesta:

- Propuesta Comunicacional: Productos Sonoros.
- Propuesta Comunicacional: Realización audiovisual.
- Propuesta Comunicacional: Producción géneros periodísticos.
- Propuesta Comunicacional: Producción medios alternativos.
- Propuesta Comunicacional: Producción multimedia.

Para la Modalidad 3. Investigación Aplicada Tipo Propuesta Pedagógica, los siguientes son los tipos de propuesta:

- Propuesta pedagógica para la comunicación y/o educación

Para la Modalidad 4. Investigación Aplicada Tipo Producción Organizacional, los siguientes son los tipos de propuesta:

- Propuesta Comunicacional: Diagnóstico de comunicación.
- Propuesta Comunicacional: Diseño de estrategias de comunicación.
- Propuesta Comunicacional: Plan de comunicación.
- Propuesta Comunicacional: Proyecto de comunicación.

Ver capítulo 3.3.1.1.3. *Modalidades del Trabajo de Grado.*

Notas:

- Cualquier cambio sustancial al proyecto aprobado, debe ser consultado oportunamente y por escrito ante el Comité de Investigación del Programa. Se entienden como cambios sustanciales los siguientes: tema, objetivos, metodología básica, modalidad, equipo de trabajo o director. Es responsabilidad del estudiante hacer los cambios respectivos, sin que esto afecte el cronograma definido previamente por el Comité.
- Es obligación del estudiante reunirse con el Asesor Metodológico o docente titular del curso una hora semanal.
- Es obligación del Asesor Temático reunirse una hora semanal con los estudiantes para la revisión del Trabajo de Grado. Asimismo, es responsable de avalar la entrega del informe final para el Jurado.
- El procedimiento para la entrega del informe final del Trabajo de Grado para el jurado es: 1. El estudiante entrega el informe impreso al jurado. 2. El jurado lo revisa y lo devuelve al

estudiante para sus ajustes pertinentes. 3. El estudiante de acuerdo a la fecha estipulada en el cronograma realiza las correcciones y lo regresa al docente titular del curso, para que éste a su vez, lo envíe al jurado. 4. El estudiante presenta la sustentación del Trabajo de Grado. 5. El jurado califica cuantitativamente el informe final y la sustentación. 6. Una vez aprobado, el estudiante presenta el Trabajo de Grado de acuerdo a los parámetros establecidos por la Universidad.

- Entregado el informe final por parte del estudiante, el Jurado lo revisa una vez. Si en la primera revisión, el estudiante no cumple con los requerimientos de orden conceptual, metodológico y de la propuesta, el trabajo queda sin aprobación. Los casos excepcionales son estudiados y aprobados por el Comité de Investigación del Programa.
- Son causales de pérdida del curso *Investigación en Comunicaciones II*:
 - El plagio.
 - La inasistencia al 20% de las asesorías tanto metodológica como temática.
 - El incumplimiento de los tiempos definidos en el cronograma para la entrega del informe final al jurado.
 - No aval del Asesor Temático.
 - El Trabajo de Grado (escrito) revisado por el jurado con una calificación: sin aprobación.
 - La sustentación con una calificación: sin aprobación.
 - La no presentación a la sustentación en la fecha y horario establecido.
- Para el informe final de investigación, se deben incluir los siguientes Anexos:
 - Acta de Propiedad Intelectual: la propiedad patrimonial y moral corresponde a las entidades y unidades que financian, la propiedad moral es compartida además con los autores (ver en las Políticas de Propiedad Intelectual de la UPB). En casos específicos se recurre a la elaboración de un acta de propiedad intelectual o un convenio que la incluya, con el apoyo de la Dirección de Asuntos Jurídicos de la UPB.
 - Concepto de Ética: los proyectos que incluyan introducción de especies exóticas o experimentación en sujetos vivos o en productos derivados de ellos, deben cumplir con la normatividad vigente y considerar de manera muy especial los aspectos éticos involucrados.
- De acuerdo al *Acto Decisorio 0006 del 19 de junio de 2007 del Programa de Comunicación Social – Periodismo*, la evaluación del curso tiene los siguientes porcentajes de nota; todos son de carácter obligatorio:
 - 15% Asistencia a asesorías metodológicas y entrega de informes de avance
 - 20% Nota del asesor metodológico (docente del curso)
 - 25% Asistencia a asesorías temáticas y entrega de informes de avance
 - 30% Nota del jurado (informe final del Trabajo de Grado)
 - 10% Nota del jurado (Sustentación)

3.3.1.3. El Director del Trabajo de Grado o Asesor Temático

Debe ser un Comunicador Social – Periodista graduado. Las excepciones son analizadas y autorizadas por el Comité de Investigación del Programa; por ningún motivo se aprueba como director a quien no tenga su título profesional reglamentario. Este cargo es asumido por el docente titular de los cursos *Investigación en Comunicaciones I* e *Investigación en Comunicaciones II*.

Funciones

- a. Orientación: el director debe guiar al estudiante en:
 - El manejo de la temática del trabajo.
 - La selección de las fuentes de consulta.
 - La metodología de la investigación de común acuerdo con el asesor metodológico correspondiente.
 - La estructuración adecuada del trabajo, teniendo en cuenta, por una parte, sus propios conocimientos y experiencia en el tema, y por otra, el proyecto realizado por el estudiante conforme a la modalidad elegida. El Director puede sugerir modificaciones al proyecto inicial cuando lo considere necesario.
 - La presentación del trabajo, de tal manera que se ciña a las normas APA, propias de este tipo de informes.
 - Reunirse una hora semanal con los estudiantes para la revisión del Trabajo de Grado.
 - Presentar al Comité de Investigación del Programa el control de asistencia a las asesorías.

- b. Ejercer control sobre el trabajo del estudiante: en cuanto al cumplimiento del cronograma:
 - Evalúa periódicamente el material trabajado por el estudiante.
 - Revisa el resultado final del trabajo.
 - Avala la entrega del informe final para el Jurado, a través de documento impreso.

Derecho del Director sobre el Trabajo de Grado

De acuerdo con las disposiciones legales vigentes y las Políticas de Propiedad Intelectual de la UPB, al director se le dan los créditos correspondientes.

3.3.1.4. EL ESTUDIANTE DE TRABAJO DE GRADO

Por lo general, el Trabajo de Grado no puede ser realizado por más de tres estudiantes; sin embargo, según el *Acto Decisorio No 0006 del 19 de junio de 2007*, el número de estudiantes permitido en cada trabajo va a depender de los objetivos y alcances del proyecto (esta decisión la toman el Comité de Investigación y el Consejo de Facultad).

3.3.1.5. EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Evaluación del Trabajo de Grado - Investigación en Comunicaciones I

La evaluación del curso es de la siguiente manera:

30% Asistencia a asesorías y entrega de informes de avances

30% Primera parte del proyecto (Presentación, Descripción del problema, Objetivos y Justificación).

40% Proyecto (Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Bibliografía y Anexos).

Evaluación del Trabajo de Grado - Investigación en Comunicaciones II

La evaluación del curso es de la siguiente manera:

15% Asesorías

20% Nota del Asesor Metodológico (docente del curso)

25% Nota del Asesor Temático

30% Nota del Jurado (informe final del Trabajo de Grado)

10% Nota del Jurado (Sustentación)

Evaluación final del Trabajo de Grado

Una vez entregado el Trabajo de Grado con la carta aprobatoria del director o asesor temático correspondiente, inicia el trámite de evaluación por parte de los jurados.

El docente titular del curso de investigación registra el trabajo y toda la información pertinente a éste en el archivo respectivo y procede a la selección y asignación de los jurados quienes tienen el visto bueno por parte de la Dirección del Programa. Los jurados seleccionados son profesionales que por su trabajo, estudios o experiencia conocen el tema y la modalidad trabajada.

Los jurados realizan una evaluación cualitativa teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Novedad y contribución del objeto de estudio al avance del conocimiento y/o respuesta a una necesidad o problema.
- Coherencia entre la Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Propuesta Comunicacional y Bibliografía.
- Nivel de correspondencia entre la Descripción del problema, los Objetivos y la Justificación.
- Calidad en la información, en la selección de los referentes teóricos y en la capacidad argumentativa del Marco Teórico.
- Articulación del Diseño metodológico con los Resultados y su Análisis.
- Capacidad de sintetizar conclusiones, interrelacionando las variables/categorías.
- Diseño de la propuesta de comunicación a partir de la necesidad o problema, de acuerdo a la modalidad de Trabajo de Grado y en respuesta a la primera parte del proyecto de investigación (orden conceptual).

- Cumplimiento de las normas APA.

Ver Anexo 02. Formato Evaluación de Trabajo de Grado.

Los resultados obtenidos en la evaluación se expresan en una de las siguientes categorías:

- Aprobación con recomendación de mención honorífica. En el proceso metodológico, marco conceptual y en el resultado final se observa profundidad, método y aportes importantes para la profesión. Es un trabajo excepcional que merece un reconocimiento especial por parte de la Universidad.
- Aprobación. Cuando el trabajo cumple con las normas establecidas por el Programa en su proyecto y desarrollo, y reúne condiciones y cualidades académicas de contenido y forma.
- Aprobación pendiente de ajustes. Cuando se considera que el trabajo es susceptible de mejoras o necesita cambiar o profundizar en algunos aspectos. Estos ajustes serán considerados por el estudiante, quien, una vez corregido el trabajo, deberá entregarlo de nuevo a la Coordinación de trabajos de grado. Cuando los ajustes sean revisados y aceptados por parte del jurado en una segunda evaluación, se aprobará el trabajo.
- Sin aprobación. Cuando el jurado detecta que el estudiante no hizo las correcciones o ajustes establecidos en la primera revisión, el Trabajo de Grado queda sin aprobación.

Dado el carácter cualitativo de la evaluación, el jurado entrega las observaciones, recomendaciones o sugerencias en un informe escrito (*Ver Anexo 02. Formato Evaluación de Trabajo de Grado*) que permite sustentar el fallo y le da al estudiante la posibilidad de conocer los pormenores de su evaluación.

El Programa se reserva la identidad de los jurados. Sólo se darán a conocer cuando el docente titular del curso lo considere conveniente.

En segundo lugar, el jurado debe otorgar una calificación cuantitativa al Trabajo de Grado y comunicarla por escrito al Director del Programa.

Evaluación de la Sustentación del Trabajo de Grado

Entre los aspectos a evaluar en la Sustentación se encuentran:

- Correspondencia entre lo conceptual y metodológico con la propuesta.
- Presentación de diapositivas.
- Expresión escrita, oral y corporal.
- Argumentación respecto a las preguntas de jurados e invitados.
- Manejo del tiempo (20 minutos).
- Presentación personal.

3.3.1.6. VARIOS

Se puede considerar que el proyecto de investigación que se desarrolla en el semillero de investigación le sirva a los estudiantes* como trabajo de grado, si el investigador principal y los coinvestigadores consideran que la participación de los estudiantes en el proyecto ha sido relevante; teniendo en cuenta unos criterios de evaluación definidos previamente.

Es importante aclarar, que si el cronograma del trabajo de investigación del semillero no coincide con el tiempo programado para la entrega de trabajos de grado, los estudiantes deben culminar su trabajo de grado, cumpliendo con todos los requisitos para la presentación de trabajos de grado, en el tiempo estipulado para ello.

* Solo aplica para los estudiantes que estén cursando Investigación en Comunicaciones I y II; y que se encuentren ubicados, según su currículo, en el octavo, noveno o décimo semestre.

ANEXO No. 01.

FORMATO HOJA DE VIDA DE ASESOR TEMÁTICO EXTERNO

1. Nombre y Apellidos: _____
2. Lugar y Fecha de Nacimiento: _____
3. Nacionalidad: _____
4. Dirección _____
5. Teléfonos _____
6. Correo electrónico: _____
7. Cédula de ciudadanía _____
8. Títulos Obtenidos (Universidad, Año):
9. Cargos Desempeñados (Institución, fecha ingreso – fecha de retiro):
10. Productos realizados (Ver lista anexa)
11. Premios y distinciones
12. Proyectos en los que ha participado

ANEXO 02. FORMATO EVALUACIÓN TRABAJO DE GRADO

EVALUACIÓN TRABAJO DE GRADO

**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

El Programa de Comunicación Social - Periodismo agradece su vinculación en calidad de jurado evaluador de trabajo final de grado. Sus aportes son fundamentales para mantener un alto nivel de calidad académica de este Programa de académico.

Título del trabajo _____

Estudiante _____

Jurado _____

Fecha: _____

Señor jurado, la siguiente evaluación debe ser diligenciada de manera **cualitativa**, es importante que sea lo más objetivo posible y que la utilice como instrumento de validación del proyecto, antes de entregar su concepto al coordinador de investigación de la Facultad.

Lo invito a expresar sus opiniones y recomendaciones en las casillas de comentarios. Si el espacio no es suficiente, puede aumentar su tamaño.

Concepto	Comentarios
Novedad y contribución del objeto de estudio al avance del conocimiento y/o respuesta a una necesidad o problema.	
Coherencia entre la Presentación, Descripción del problema, Objetivos, Justificación, Marco Teórico, Diseño Metodológico, Resultados y Análisis, Conclusiones, Propuesta Comunicacional y Bibliografía.	
Nivel de correspondencia entre la Descripción del Problema, los Objetivos y la Justificación.	
Calidad en la información, en la selección de los referentes teóricos y en la capacidad argumentativa del Marco Teórico.	
Articulación del Diseño Metodológico con los Resultados y su Análisis.	
Capacidad de sintetizar Conclusiones, interrelacionando las variables/categorías.	
Diseño de la Propuesta de Comunicación a partir de la necesidad o problema, de acuerdo a la modalidad de Trabajo de Grado y en respuesta a la primera parte del proyecto de investigación (orden conceptual).	

Cumplimiento de las normas APA.	
---------------------------------	--

CONCEPTO DEL JURADO SOBRE EL TRABAJO FINAL DE GRADO:

APROBADO*: _____

APROBADO CON MODIFICACIONES**: _____

NO APROBADO***: _____

*¿Recomienda usted una mención de ‘Grado honorífico’ para este trabajo?

En caso afirmativo justifique su recomendación:

**Modificaciones requeridas:

***Razones para **no aprobar** el trabajo final de grado:

Firma jurado _____