

PROPUESTA DE REDEFINICIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA A PARTIR DE LA IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS Y DEMANDAS DEL ENTORNO

PROPOSAL FOR REDEFINITION OF THE PROFESSIONAL PROFILE OF THE SOCIAL COMMUNICATOR OF THE SURCOLOMBIAN UNIVERSITY FROM THE IDENTIFICATION OF PROBLEMS AND DEMANDS OF THE ENVIRONMENT

Juan Carlos Acebedo Restrepo*

* Doctor en Comunicación. Profesor Asociado de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Surcolombiana. Director del Grupo de Investigación Comunicación, Memoria y Región. Integrante de ACICOM.
juan.acebedo@usco.edu.co

Cómo citar este artículo:
Acebedo, J. C. (2019). Propuesta de redefinición del perfil profesional del Comunicador Social de la Universidad Surcolombiana a partir de la identificación de problemas y demandas del entorno. *Revista PACA* 9, pp. 57-70.

Resumen: El programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, fundado en Neiva en 1995 -ha recibido dos Acreditaciones de Alta Calidad-, adelanta hoy un proceso de Reforma Curricular que ha comprometido al colectivo docente y a los demás actores de la comunidad académica. La reforma curricular se ha asumido como un proceso de investigación sistemática, que parte de la identificación de los problemas relevantes del entorno a diversos niveles, los cuales se consideran elementos orientadores para definir los ajustes al perfil profesional del comunicador que se quiere formar. Esta ponencia dará cuenta de la propuesta de redefinición del perfil profesional del Comunicador Social de la Usco que ha acordado el colectivo docente del programa, tomando en cuenta las transformaciones del entorno comunicacional, tanto en el plano global como local, las demandas y necesidades que surgen de la sociedad civil y del mercado laboral en el departamento del Huila y la región surcolombiana, así como las principales tendencias del campo de investigación en comunicación y cultura y del campo de formación profesional de los comunicadores. En la propuesta de ajustes al perfil profesional del comunicador se subraya la urgencia de

consolidar una formación de los estudiantes en capacidades como *mediadores y especialistas en gestionar el encuentro sociocultural y el diálogo público*. Afianzar la identidad del Comunicador como profesional y como científico social, es una tarea posible a partir de un currículo pertinente, integral y al mismo tiempo flexible.

Palabras clave: Perfil profesional del Comunicador Social; Formación del Comunicador Social; Lo público en la comunicación; Identidad profesional del Comunicador Social; Derecho a la comunicación; Comunicador como mediador.

Abstract: The Social Communication and Journalism program of the Universidad Surcolombiana founded in Neiva in 1995 -has received two High Quality Accreditations-, today it advances in a Curriculum Reform process that has committed the teaching group and other actors of the academic community. The curricular reform has been assumed as a systematic research process, based on the identification of the relevant problems of the environment at various levels, which are considered guiding elements to define the adjustments to the professional profile of the communicator that is to be formed. This presentation will give the proposal to redefine the professional profile of the Social Communicator of the Usco that has been agreed by the teaching group of the program, taking into account the transformations of the communication environment, both globally and locally, the demands and needs that arise of civil society and the labor market in the department of Huila and the South-Colombian region, as well as the main trends in the field of communication and culture research and the field of professional training of communicators. The proposal to adjust the professional profile of the communicator emphasizes the urgency of consolidating a training of students in capacities as *mediators and specialists in managing the sociocultural meeting and public dialogue*. Strengthening the identity of the Communicator as a professional and as a social scientist is a possible task based on a relevant, comprehensive and at the same time flexible curriculum.

Key words: Professional profile of the Social Communicator; Social Communicator Training; The public in communication; Professional identity of the Social Communicator; Right to communication; Communicator as mediator.

1. Introducción

El Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana se fundó en 1995, con un plan de estudios integral y una duración de cinco años, el cual contaba con cuatro áreas comunes en su ciclo de profesionalización: periodismo, audiovisual, comunicación comunitaria y comunicación en las organizaciones, además de las

áreas de fundamentación teórica en comunicación y ciencias sociales. Inicialmente el equipo gestor propuso llamar a este nuevo programa *Comunicación y Estudios Culturales*, pero las autoridades educativas nacionales condicionaron su aprobación a que se adoptara el nombre estandarizado de Comunicación Social y Periodismo. El colectivo docente llevó a la práctica ese plan de estudios inicial durante una década, y en 2005, coincidiendo con una visita de pares para la renovación del registro calificado, se acordó pasar del *plan de estudios integral* a uno *por énfasis*, y se redujo la carrera a cuatro años.

El plan aprobado en 2005 es más conocido como *plan de estudio por énfasis*, pues al mismo tiempo que adoptó como impronta común la formación en comunicación ciudadana y comunitaria y fortificó el área de investigación con cinco cursos secuenciales, creó tres énfasis profesionales con 9 cursos cada uno. Los nuevos énfasis fueron los siguientes: periodismo, comunicación audiovisual, y comunicación en las organizaciones.

No obstante, la evaluación de la vigencia de ese plan de estudios arrojó resultados contradictorios y varias insuficiencias, que junto a los cambios y transformaciones del entorno comunicativo y sociocultural, y a un examen de las tendencias de formación de profesionales de la comunicación en América Latina, nos han llevado a la conclusión de que urge introducir ajustes importantes a ese plan de estudios por énfasis, que se materializan en una nueva propuesta de reforma curricular actualmente en fase de construcción y definición. Otro elemento a considerar en esta reforma es el Proyecto Educativo Universitario que adoptó la Universidad Surcolombiana en 2016, el cual introdujo importantes directrices en el aspecto teleológico (Misión, visión, principios de la institución), así como claros lineamientos pedagógicos con enfoque socio-constructivista (Consejo Superior Universitario, 2016).

Se parte de una visión o enfoque curricular específico, a partir de *núcleos temático-problemáticos* (López Jiménez, 2001; 2002), en el que se articulan de modo dinámico un conjunto de situaciones problemáticas del campo disciplinar y del entorno social específico, junto a un repertorio de saberes, conocimientos, capacidades y habilidades que orientan los procesos de aprendizaje de los estudiantes, así como las prácticas específicas de docencia, investigación y proyección social que se orientan hacia la resolución de los problemas identificados.

2. Metodología

El proceso de reforma curricular que se adelanta en el Programa, con especial énfasis durante los años 2017 y 2018, se ha inspirado en un enfoque que concibe el diseño curricular como un proceso de indagación sistemática (López Jiménez, 2002) el cual implica – entre otros aspectos- la identificación clara de problemas y demandas del entorno socio-cultural, del campo de estudios de comunicación y cultura, así como de los ámbitos laboral y del desempeño profesional, como referentes claves para tener en cuenta en la propuesta de rediseño y ajuste curricular. La creación de escenarios de participación y diálogo de los actores que componen la comunidad educativa del programa, en especial de egresados, empleadores, estudiantes y docentes, mediante talleres temáticos con cada uno de los actores, ha sido una característica clave de la metodología con la cual se ha venido adelantando la reforma curricular.

Los docentes de tiempo completo del programa, mediante reuniones del Comité de Currículo y talleres especiales, han sido los sujetos más dinámicos del proceso, el cual se ha adelantado en varias fases, que incluyen la evaluación participativa del plan de estudios vigente desde 2005, la revisión bibliográfica y documental sobre aspectos relacionados con las transformaciones en el entorno comunicativo y sociocultural, las tendencias curriculares en comunicación y la consulta con expertos en formación de comunicadores y en cuestiones curriculares, del país y del exterior¹.

1 En cuanto labor del colectivo docente del programa, es conveniente señalar la contribución especial de los profesores *Erinso Yarid Díaz*, actual coordinador del Comité de Currículo del programa, y de *Fernando Charry*, quien desempeñó la misma función en 2017 y años anteriores. Asimismo, la profesora *Zulma Marcela Muñoz*, Coordinadora de Acreditación del Programa, y el docente *Oscar Iván Forero*, Jefe del Programa, han contribuido en forma destacada a la dinamización del colectivo docente. La propuesta de ajuste al perfil profesional que se incluye en esta ponencia fue presentada por los docentes Carlos A. Monje y Juan Carlos Acebedo y aprobada en Comité de Currículo del programa en septiembre de 2017. Entre los expertos que han asesorado la reforma curricular se encuentran el profesor colombiano *Antonio Roveda*, y los docentes argentinos *Sandra Massoni* y *Washington Uranga*. *Angie Alejandra Parada* y *Jair Esteban Valderrama*, estudiantes de último año que pertenecen al *Semillero de Investigación Comunicación y Organizaciones*, han llevado a cabo una esmerada labor de asistencia y apoyo al equipo docente, mediante relatorías, preparación de insumos para talleres, logística, algunas entrevistas a profundidad, archivo y documentación, etc.

3. Desarrollo

3.1 Antecedentes y aspectos teóricos

Con el nuevo siglo, los profesionales de la comunicación se ven jalonados o tironeados por varias tendencias del entorno en el que habitan y laboran: la del mercado, que lo reclama para que sea un técnico y creador de contenidos para la industria del entretenimiento; la de realizador de contenidos multimediales para las redes interactivas de diverso tipo; la del comunicador político o asesor de campañas y de imagen pública; la del comunicador corporativo de la gran empresa pública o privada; la del comunicador comunitario de organizaciones sociales y ciudadanas; la del gestor de empresas comunicacionales, etc.

Sandra Massoni (2016, p.67) advierte la necesidad de superar “algunas **oposiciones inconducentes** que son típicas en muchas universidades de América Latina en torno a lo comunicacional”, entre las cuales señala las falsas antinomias entre perfil de formación crítica *versus* perfil de formación operativo, o entre comunicación alternativa o comunitaria *versus* comunicación corporativa, o entre comunicación para el desarrollo *versus* comunicación organizacional.

La *identidad profesional* y el *perfil profesional* del comunicador también se relacionan con la evolución del campo de estudios de comunicación en América Latina y en el mundo, y con el **estatuto de la comunicación como campo interdisciplinario, o bien como disciplina** con identidad específica inscrita en el ámbito de las ciencias sociales, un debate que permanece abierto en América Latina.

Según Jesús Martín-Barbero (2016) la pregunta que debemos hacernos, es la de “(...) cómo sacar a la “comunicación” del agotado mundo de los “medios y mensajes” para reubicarla en los mundos de la vida, la vida que entretela la gente en los múltiples y diversos nosotros”. En su criterio, el cambio en el oficio del comunicador gira en torno al eje del *derecho ciudadano a la comunicación* como demanda estratégica.

Un cambio que -a mi manera- introduje en el debate al diferenciar fuertemente la figura del comunicador intermediario de la del comunicador mediador. Pues mientras el *intermediario* se afirma a sí mismo como el que sabe y por tanto reduce al resto de la gente a ser beneficiarios de su saber (sean en el campo de la cultura, del arte o de la información política), el *mediador* se cualifica trabajando con los saberes y sentires de la gente del común (...) (Martín-Barbero, 2016; 2005).

Por su parte, Sandra Massoni subraya:

*(...) nuestra identidad como científicos y como profesionales de la comunicación con una especificidad en torno a la articulación, la interfase, la hibridación, la mezcla, la frontera móvil que logra permear sus propios límites en tanto es colectiva (...) Allí los comunicadores aportamos nuestros saberes como **especialistas en reconocer y en promover encuentros en la diversidad** (...)* (Massoni, 2016, p.24).

Para la investigadora y docente de la Universidad del Rosario, “se trata de reconocer el diálogo de saberes, la comunicación como conversación en dimensiones múltiples”. En su criterio, el saber disciplinar de los comunicadores en el entorno de las ciencias sociales es justamente “*el encuentro en la diversidad como un cambio social conversacional*” (Massoni, 2016, p.35).

Para el profesor uruguayo-argentino Washington Uranga, “los comunicadores se convierten en **promotores y facilitadores del diálogo público en el espacio público**, en gestores de otras palabras y otros discursos, pero también y necesariamente, en artesanos de un escenario diverso y polifacético” (Uranga, 2016, pp.229-230).

62

A partir de la riquísima experiencia de la sociedad argentina en el debate que precedió a la expedición de la llamada Ley de Medios en 2009, Uranga considera que “el **derecho a la comunicación** es un derecho habilitante de otros derechos, en tanto y en cuanto permite la efectiva vigencia del elenco de los derechos humanos” (Uranga, 2016).

Según Uranga, no se puede pensar la política al margen de la comunicación, la cual está indefectiblemente atravesada por la acción política, entendida en su sentido más amplio, desde la perspectiva común de una ciudadanía que se hace cargo de la defensa de sus derechos, y no restringida a la acción partidaria institucional (Uranga, 2016, p.190).

(...) “ La **acción política**, que en la práctica solo para algunos tiene como fin último la toma y ejercicio del poder en la gestión del Estado a través del gobierno, es para la mayoría de la ciudadanía una labor de incidencia que busca debatir, aportar e influir en el rumbo de los acontecimientos y en las decisiones que los organismos del Estado adoptan en nombre del conjunto del pueblo.” (Uranga, 2016, p.191).

3.2 Identificación de problemas relevantes del contexto a diversos niveles

Entre el complejo *conjunto de problemas y demandas del entorno comunicacional* que deben valorarse y tenerse en cuenta para ajustar el perfil profesional del Comunicador Social y Periodista de la Universidad Surcolombiana, distinguimos un conjunto de categorías que permiten agruparlos e interpretarlos. En primer lugar, figuran las hondas transformaciones tecnológicas y socioculturales asociadas con la comunicación, en los planos global, nacional y regional. En segundo lugar, se tienen en cuenta aquellas demandas del mercado laboral y del ámbito del desempeño profesional de los comunicadores. En tercer lugar, nos interesa auscultar las tendencias y tensiones propias del campo disciplinar e interdisciplinar de los estudios de comunicación y cultura, así como los asuntos relacionados con las tendencias en la formación universitaria de comunicadores sociales-periodistas. En el siguiente cuadro se puede apreciar una síntesis apretada de las mencionadas dimensiones, problemas y demandas del entorno comunicacional, según la mirada del colectivo docente de nuestro programa.

Cuadro 1

Síntesis de dimensiones, problemas y demandas del entorno comunicacional.

Dimensiones de los problemas y demandas del entorno comunicacional	Enunciado de problemas y demandas
<p>1. Problemas y demandas derivadas de los cambios tecnológicos y socioculturales asociados a la comunicación.</p>	<p>Necesidad de comprender y asumir el enfoque global/local (glocal) en las prácticas comunicacionales contemporáneas.</p> <hr/> <p>Necesidad de comprender la tendencia hacia la concentración de los medios de comunicación en el país y el creciente alcance global de las corporaciones transnacionales hiperconcentradas, así como la creciente importancia de la comunicación de abajo hacia arriba, descentralizada, que producen los usuarios, los ciudadanos y sus organizaciones, y las tensiones y complementariedades entre tales dimensiones de la comunicación global (Jenkins, 2008).</p> <hr/> <p>Necesidad de encarar los retos que plantea al ejercicio profesional y a la ciudadanía la creciente mercantilización de la información.</p>

Necesidad de superar prácticas que desdeñan el rigor periodístico en favor de la inmediatez, en especial en los medios digitales, y de garantizar la necesaria verificación de la información.

Todos los comunicadores sociales, incluyendo a los que laboran con comunidades y organizaciones, deben hacerse cargo de la **digitalización** como un fenómeno al mismo tiempo tecnológico y sociocultural que es preciso incorporar a sus rutinas profesionales y esfuerzos de capacitación e indagación.

Necesidad de comprender y dar respuestas a la **nueva cultura de carácter participativo** (Jenkins, 2008) que surge en tiempos de *convergencia cultural*, lo cual se manifiesta - entre otros aspectos- en la expansión de los *contenidos autogenerados por los usuarios*.

En Colombia es necesario dejar atrás las **narrativas de la guerra**, reemplazándolas por **narrativas de la convivencia, el posconflicto y la paz**.

Necesidad de ahondar en la **pertinencia regional y territorial** del proyecto educativo del Programa, articulado estrechamente a los contextos propios del **Huila y la región surcolombiana**.

Necesidad de contribuir a la solución de los problemas de *brecha digital* que subsisten en el Huila y la región sur del país, así como en la apropiación crítica y el empoderamiento de las comunidades y organizaciones con respecto al uso pertinente de las Tic en la búsqueda de satisfacción de sus demandas y el cumplimiento de sus metas colectivas.

Necesidad de fortalecer, darle sostenibilidad y elevar la calidad de la producción de los proyectos comunicacionales y de extensión del PCSyP y de los medios institucionales de la Usco en los cuales el programa tiene incidencia y participación a través de sus egresados o estudiantes.

2. Problemas y demandas del mercado laboral y el desempeño profesional.

Necesidad de fortalecer **competencias para el emprendimiento** en estudiantes y egresados, a fin de potenciar la creación de nuevas empresas comunicativas en los campos de la producción audiovisual, los medios digitales ciudadanos, la asesoría y consultaría de comunicación en las organizaciones, entre otras.

Necesidad de resolver los problemas de sostenibilidad económica de los medios digitales ciudadanos o alternativos en el departamento del Huila.

Necesidad de articulación con el gremio de periodistas y las empresas de medios en función de superar las precarias condiciones laborales y bajos salarios de los periodistas, y en procura de relaciones laborales que se basen en el reconocimiento de la dignidad de la profesión periodística.

Se advierten tensiones y conflictos no resueltos entre la formación profesional recibida en el Programa y las prácticas profesionales dominantes en los medios y las organizaciones. Lo anterior afecta la **identidad profesional** de los egresados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Usco y obliga al programa a acompañarlos para afrontar estas dificultades.

3. Problemas y demandas del campo disciplinario e interdisciplinario de investigación y formación en comunicación y cultura

Necesidad de comprender el ecosistema comunicativo contemporáneo como inmerso en un *periodo de transición*, en el que coexisten, de un lado, la producción global de contenidos asociados con las grandes corporaciones mediáticas y de la industria del entretenimiento y la cultura, y de otro lado, la emergencia de modos y redes de comunicación que surgen de los ciudadanos, de los grupos y movimientos sociales (Jenkins, 2008).

Importancia de valorar los profundos cambios societales contemporáneos que Castells (2009) ha condensado en su concepto de **sociedad/red**, las transformaciones tecnológicas y comunicacionales que Jenkis (2008) ha nombrado como **convergencia cultural**, y Scolari (2008) ha explorado con la categoría de **Hipermediaciones**, y la emergencia de un nuevo entorno cultural que Lévy (2011) ha nombrado como **cultura digital**, entre otras categorías y conceptos que nos ayudan a entender los cambios generales a los que estamos asistiendo.

Importancia de participar como colectivo docente en el debate epistemológico que tiene lugar acerca del **estatuto científico de la comunicación**, y su posible definición como disciplina emergente de las ciencias sociales, o bien como campo interdisciplinar.

Necesidad de asumir en todas sus implicaciones el tránsito necesario de la figura del *comunicador como intermediario* a la del **comunicador como mediador** .

Importancia de reconocer la **dimensión política** –en una perspectiva de exigibilidad de derechos y participación ciudadana- de los procesos de formación y del desempeño profesional y la acción práctica del comunicador.

3.3 Elementos de balance del perfil profesional vigente

El diseño curricular del Programa de Comunicación Social y Periodismo, aprobado en 2005, en la actualidad no está respondiendo en forma cabal a las necesidades formativas de los comunicadores sociales y periodistas de la región surcolombiana, y requiere ajustes y modificaciones que lo tornen más pertinente.

El *diseño y la gestión del currículo* deben incorporar la suficiente flexibilidad y mecanismos de seguimiento y monitoreo de las transformaciones y demandas del contexto, de modo que pueda adaptarse con mayor agilidad a los diversos y continuos cambios que se presentan.

En el actual diseño curricular *por énfasis* no se ha logrado la integración y articulación de los diversos énfasis (periodismo, organizaciones, audiovisual) con las áreas comunes de comunicación ciudadana y comunitaria y de investigación.

Todavía se advierte una débil presencia del uso pedagógico de las TIC, aunque se han dado algunos pasos en este sentido, en especial por algunos docentes de las áreas de periodismo y audiovisual, pero sin que esto corresponda a un plan colectivo e integral que involucre a todo el colectivo docente de la totalidad de las áreas se advierten también insuficiencias en la formación teórica y conceptual, así como falta de mayor entendimiento de la dimensión política en sentido amplio de la acción comunicacional. Son estos algunos de los retos a resolver hacia adelante.

3.4. Propuesta de ajustes al Perfil Profesional

Con base en los análisis y argumentos expuestos en los apartados precedentes, el colectivo docente del Programa de Comunicación Social

y Periodismo de la Usco ha propuesto los siguientes ajustes al perfil profesional vigente, los cuales se explicitan mediante los apartados del texto que están subrayados y en cursiva.

Propuesta de Nuevo Perfil Profesional

a. Autorreconocimiento de los procesos socioculturales personales y colectivos, autoestima, autonomía, capacidad de trabajo en equipo y una actitud ética, crítica y solidaria.

b. Amplias competencias comunicativas, en especial las narrativas, argumentativas y digitales, en diversos lenguajes y soportes mediáticos.

c. Solvencia para la observación, el análisis y la investigación aplicada de los procesos, conflictos y demandas comunicativas en entornos socioculturales diversos, a partir de enfoques interdisciplinarios inspirados en las ciencias sociales y las teorías de la comunicación.

d. Capacidad de promover la reconciliación y la paz en los territorios y las comunidades y de intervenir en procesos de mediación de conflictos a partir de estrategias comunicativas pertinentes.

e. Capacidad para liderar y gestionar alternativas a las demandas y los conflictos comunicativos en las comunidades y las organizaciones, desde una perspectiva de afianzamiento de lo público.

f. Creatividad para proponer y gestionar políticas, planes, estrategias y proyectos de comunicación en las comunidades, las organizaciones y los territorios.

4. Conclusiones

Las principales propuestas de ajustes al plan de estudios *por énfasis* (aprobado en 2005), que surgen del debate de docentes, estudiantes, egresados y empleadores, se pueden resumir esquemáticamente del siguiente modo:

- El paso de un plan de estudios por énfasis a otro de formación *integral*, que pone el acento en la formación de capacidades, habilidades y saberes comunes al Comunicador Social-Periodista entendido como *mediador* comunicativo y sociocultural y propiciador del diálogo público. En la actualidad, creemos que el comunicador, independientemente de los énfasis o profundizaciones de pregrado y posgrado, debe tener unos elementos comunes en su formación, que le confieran identidad profesional; por eso, nos orientamos hacia la definición de *un plan de estudios integral, no especializado, aunque sí flexible.* En palabras de

Massoni (2007), conviene ensayar “un modelo de formación profesional que faculte a los egresados para moverse en distintas áreas con cierta soltura, un piso básico que cada egresado completaría a su voluntad en función de su espacio laboral específico”.

- El pasaje de una impronta común en comunicación ciudadana y comunitaria, a un perfil inspirado en la noción de comunicador como *mediador* y como gestor de lo público a partir de la comunicación.

- El afianzamiento de la formación interdisciplinaria en ciencias sociales y humanas, en sus complejas y dinámicas articulaciones con los estudios de comunicación y cultura.

- El reconocimiento de la importancia que en el nuevo plan de estudios deben tener conocimientos y capacidades transversales a todas las áreas y núcleos del nuevo plan, en especial: las capacidades para la investigación diagnóstica, documental y bibliográfica, y en metodologías de investigación cualitativas, cuantitativas y mixtas. Asimismo, la asunción del fenómeno de la **digitalización** de la inmensa mayoría de las esferas de la vida económica, sociocultural y comunicacional como un hecho dado que impele a los comunicadores de todas las áreas y especialidades a formarse en competencias digitales de diverso tipo.

Teniendo en cuenta los aportes de Barbero, Massoni y Uranga, así como nuestra propia experiencia como colectivo docente, nos inscribimos de modo resuelto en una visión del **comunicador como mediador**, como propiciador de encuentros en la diversidad y del diálogo público. El comunicador debe construir su identidad profesional superando la figura de simple intermediario o funcionario, de técnico o productor de contenidos mediáticos descontextualizados. Debe formarse como un intelectual crítico y un profesional de las ciencias sociales, un “gestor del roce social”, como alguna vez lo describió metafóricamente Martín Barbero.

Parafraseando a Massoni (2016a), el comunicador trabaja en las zonas de vértice y de frontera, en los cruces de caminos, en la mezcla (de culturas, perspectivas e intereses sociales), en el terreno de lo híbrido (no de lo puro ni de lo ascético), en la zona del intercambio, de la interculturalidad, del mestizaje, del diálogo y la conversación (no en la zona de los monólogos autosuficientes ni de los discursos autistas o narcisistas); en la búsqueda de posibles acuerdos y consensos entre los sujetos sociales en medio de las diferencias.

El reto que asumimos es el de formar profesionales de la comunicación con una gran capacidad para leer/entender/conocer los contextos

socioculturales en los que se ejerce la comunicación; y por tanto, con capacidades de investigación aplicada a esos entornos y sus características. Profesionales que contribuyan a la solución a problemas comunicacionales y culturales del entorno sociocultural, de una comunidad, de un territorio o de una organización, basados en diagnósticos o análisis situacionales de esos problemas y en un conocimiento actualizado de los elementos que aporta el campo interdisciplinar del que forma parte.

También es necesario formar profesionales que puedan trabajar en equipos interdisciplinarios y aportarles sus propios saberes comunicacionales. Y nos empeñamos en lograr que sean muy buenos como creadores de contenidos y de piezas comunicativas –y a través de ellos como gestores de conversaciones y diálogos- en distintos formatos y escenarios. Propiciadores de conversaciones entre sujetos, que conduzcan a acuerdos, que se traduzcan en acciones comunes y en transformaciones del entorno sociocultural. Profesionales con una visión ética, política y ciudadana de su función social.

En este orden de ideas, las cuestiones asociadas a lo comunicación como derecho fundamental, a la promoción de las ciudadanías comunicativas, resultan estratégicas y fundantes para los nuevos comunicadores.

Los comunicadores somos propiciadores del diálogo público, de la conversación ciudadana plural, de los consensos argumentados, de los acuerdos sociales amplios y las acciones transformadoras de inequidades y exclusiones.

Referencias Bibliográficas

- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Consejo Superior Universitario. Proyecto Educativo Universitario (PEU) Universidad Surcolombiana, Pub. L. No. Acuerdo 010 de 2016, 11 (2016). Colombia.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lévy, P. (2011). *Cibercultura. La cultura en la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana.
- López Jiménez, N. E. (2001). *La de-construcción curricular*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- López Jiménez, N. E. (2002). *Retos para la construcción curricular. De la certeza al paradigma de la incertidumbre creativa*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.

- Martín-Barbero, J. (2005). Los oficios del comunicador. *Co-Herencia*, 2(2), 139–143. Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/coherencia/article/view/621/550>
- Martín-Barbero, J. (2016). Cuando lo que importa es la comunicación que construye la gente. En *Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires*. (p. 214). Quito: Ediciones Ciespal.
- Massoni, S. (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Massoni, S. (2016a). *Avatares del comunicador fluido y complejo. Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Quito: Ediciones Ciespal.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Editorial Gedisa, S.A.
- Uranga, W. (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Patria Grande.