Universidad Francisco de Paula Santander
Vigilada Mineducación

COMITÉ CURRICULAR DEL PROGRAMA

2025

PROYECTO EDUCATIVO

COMUNICACIÓN SOCIAL

Consejo Superior Universitario

William Villamizar Laguado	Gobernador
Dr. Jhon Emerson Espitia Suárez	Delegado Ministerio Educación Nacional
Carlos Bolívar Corredor	Representante Presidente de la República
Pedro Avilio Ontiveros Gil	Representante de los Ex – Rectores
Dra. Leidy Viviana Umbarila Vélez	Representante Sector Productivo
Dra. Laura Yolima Moreno Rozo	Representante Directivas Académicas
Dr. German Gustavo Ospina Hernández	Representante Profesores – 1ª Línea
Blanca Mery Velazco Burgos	Representante Profesores – 2ª Línea
Jose Leonardo Sanchez Quintero	Representante Egresados – 1ª Línea
Jesús Alberto Manzano Cañizares	Representante Estudiantes - 1ª Línea
Sr. Jaime Eduardo Díaz García	Representante Estudiantes - 2ª Línea
Dra. Martha Milena Peñaranda Peñaranda	Directora Ufps Ocaña
Sandra Ortega Sierra	Rectora Ufps

Consejo Académico

Sandra Ortega Sierra	Rectora Ufps
Jesús Ernesto Urbina Cárdenas	Vicerrector Académico
Dr. Sergio Iván Quintero Ayala	Vicerrectora Administrativa
Luis Eduardo Trujillo	Vicerrector Bienestar Universitario
Erika Maldonado Estévez	Decana de la Facultad de Educación Artes y Humanidades
Dra. Johanna Mogrovejo Andrade	Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales
Yair Casadiego Duque	Representante Directores de Programas Académicos
Dra. Sandra Milena Martínez Rojas	Representante Profesoral 1° Línea
Dr. Christian Nolasco Serna	Representante Profesoral 2° Línea
José Julián Cadena Morales	Subdirector Académico Ufps Ocaña
Yhony Alexis Torres Martínez	Representante Estudiantil (Primera Línea)
Jhojan Alberto Villamil Jaime	Representante Estudiantil (Segunda Línea)
Henry Orlando Luna Pereira	Jefe (E) Oficina de Planeación
Dra. Ruby Elizabeth Vargas Toloza	Secretaria General

Rectora
Sandra Ortega Sierra

Vicerrector Académico
Jesús Ernesto Urbina Cárdenas

Decana de la Facultad de Educación Artes y Humanidades
Erika Alejandra Maldonado Estévez

Comité Curricular
Margarita Rosa Peñaloza Durán
Erika Alejandra Maldonado
Félix Joaquín Lozano Cárdenas
Ruth Vivas Quintero
Gladys Adriana Espinel Rubio
Karol Valeria Rico Arocha

Coordinadora de Programa
Margarita Rosa Peñaloza Durán

San José de Cúcuta
Diciembre de 2024

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO

4.91.DATOS BÁSICOS DEL PROGRAMA 5
1.1 Datos básicos del programa 5
1.2 Reseña histórica del programa Comunicación Social 6
1.3 Principios que orientan el accionar del programa 8
2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA 9
2.1. Misión 9
2.2 Visión 9
2.3 Objetivos del programa 9
2.4 Valores 10
3. LÍNEAMIENTOS 11
4. LINEAMIENTOS CURRICULARES 12
4.1. Fundamentación filosóficos y epistémicos del programa 12
4.2 Estructura del plan de estudios en créditos académicos 19
4.3 Propósitos de formación, perfiles, competencias y resultados de aprendizaje 23
4.3.1 Propósito de formación 23
4.3.2 Perfil de ingreso y egreso 24
4.3.3 Competencias y Resultados de aprendizaje 25
4.4 Estrategias de flexibilidad, interdisciplinariedad y segundo idioma 26
4.5 Enfoque pedagógico 32
4.6 Investigación Formativa 33
4.7 Extensión 36
4.8 Mecanismos de seguimiento al egresado 39
Referencias 47

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Datos básicos del programa 6
Tabla 2 Perspectiva histórica de la investigación en Comunicación en Colombia..... 13
Tabla 3 Créditos académicos por semestre..... **¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 4 Créditos y horas por curso 20
Tabla 5 Créditos por área de formación..... 19
Tabla 6 Competencias genéricas y resultados de aprendizaje 25
Tabla 7 Competencias específicas y resultados de aprendizaje..... 26
Tabla 8 Asignaturas y equivalencias..... 28
Tabla 9 Interdisciplinariedad expresada en las áreas de formación..... 30
Tabla 10 Cursos que apoyan la formación en investigación..... 35
Tabla 11 Portafolio de servicios 38
Tabla 12: Medios de Comunicación Institucional 43
Tabla 13 Laboratorios..... 43
Tabla 14 Relación de equipos - Comunicación Social 44

1. DATOS BÁSICOS DEL PROGRAMA

En la última década, el Estado ha asumido la tarea de mejorar los procesos educativos para asegurar la calidad de los mismos; la Universidad Francisco de Paula Santander como institución acreditada de alta calidad sigue la tendencia nacional y en su programa de Comunicación Social mantiene estándares de alta calidad en busca de la reacreditación del mismo en el año 2024.

El Programa de Comunicación Social en su compromiso de autoevaluación permanente realiza en el año 2022 la actualización del Proyecto Educativo de Programa - PEP, proceso que permite dar cumplimiento a los procesos de autoevaluación y asegurar la pertinencia de la propuesta de formación con el Decreto 1330 de 2019, la Resolución 21795 de 2020, el Acuerdo 02 de 2022 y las necesidades contextuales frente a la formación de comunicadores sociales.

1.1 Datos básicos del programa

Tabla 1 Datos básicos del programa

Dato	Descripción
Institución	Universidad Francisco de Paula Santander
Origen	Oficial
Carácter académico	Universidad
Nivel académico	Pregrado
Nivel de Formación	Profesional
Título	Comunicador (a) Social
Metodología	Presencial- Diurna
Duración	8 (ocho) semestres
Número de créditos	140
Ubicación	San José de Cúcuta, departamento Norte de Santander
Norma interna de creación	Acuerdo 010 de 2004 del Consejo Superior Universitario
Resoluciones Registro Calificado	1755 del 10 de abril de 2007 16667 del 20 de noviembre de 2013
Código SNIES:	52892
Resolución modificación créditos (166 a 140)	Resolución MEN No. 7947 del 9 de sept. de 2010
Acreditación de Alta calidad	Resolución 017206 del 24 de octubre de 2018
Comité Curricular	Resolución 224 del 29 de septiembre de 2021
Periodicidad de la admisión	Semestral
Número de estudiantes proyectados	440
Dirección	Avenida Gran Colombia No.12E-96 B. Colsag
Teléfono	5776655 – Extensión 153- 368
Sitio web	www.ufps.edu.co
Número de cursos (asignaturas)	51
El programa está adscrito a	Facultad de Educación, Artes y Humanidades
Departamento académico al que pertenece	Pedagogía, Andragogía, Comunicación y Multimedios.
Gremios a los que pertenece:	AFACOM, ALAIC, FELAFACS, IAMCR, REDLEES
Correo electrónico:	comunicacionsocial@ufps.edu.co

1.2 Reseña histórica del programa Comunicación Social

En el segundo semestre de 2007, la Universidad Francisco de Paula Santander, Sede Central Cúcuta, ofreció a la comunidad el Programa de Comunicación Social, primera carrera profesional en el área bajo la modalidad de ocho (8) semestres en la región oriental de Colombia (Resolución No. 1755 del 10 de abril de 2007), con una apuesta de formación de un comunicador social integral en las áreas de planeación y gestión de la comunicación y comunicación para el cambio social, acogiendo lo estipulado en la Resolución 3457 del 30 de diciembre de 2003 expedida por el MEN, "por la cual se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Comunicación e Información", con una estructura curricular acorde con la tradición académica de la disciplina en el contexto nacional e internacional.

Internamente, el programa fue creado por el Consejo Superior Universitario en el acuerdo 010 de 2004, con esta aprobación se da inicio a la construcción del documento para la obtención del registro calificado y se surten los trámites ante el Ministerio de Educación Nacional, finalizado este procedimiento, el programa fue aprobado el 10 de abril de 2007 mediante resolución 1755 por un periodo de 7 años y con Registro SNIES 52892. Posteriormente el programa presentó ante el Ministerio de Educación Nacional la modificación de créditos (166 a 140) y fue aprobada mediante resolución 7947 del 9 de septiembre de 2010.

Institucionalmente en el año 2010 mediante acuerdo 034 del 10 de junio del 2011 el Consejo Superior Universitario establece como estrategia para garantizar la calidad de los programas el proceso de renovación de licencia interna de funcionamiento, este procedimiento consiste en que cada dos años, los programas académicos deben presentar un informe de cumplimiento de su plan de mejoramiento cuyo sustento sean los procesos de autoevaluación. Este acuerdo es derogado por el acuerdo 007 del 28 de febrero del 2018, que actualiza los requisitos para los procesos de autoevaluación de programas en pro del aseguramiento de calidad y la meta institucional de alcanzar la acreditación de calidad a nivel institucional.

Atendiendo a estas normativas el programa de Comunicación Social ha obtenido a través del Consejo Académico las licencias internas de funcionamiento mediante las siguientes resoluciones:

- 2012 resolución 262
- 2014 resolución 073
- 2016 resolución 065
- 2018 resolución 224
- 2020 resolución 290
- 2022 resolución 305

En el año 2013, tras acercarse al cumplimiento de los 7 años de su aprobación inicial, el programa renovó el registro calificado el 20 de noviembre de 2013 a través de la resolución 16667 por parte del MEN y manteniendo el registro SNIES 52892. Un paso fundamental y que traza nuevas directrices para el programa, se da al presentarse voluntariamente a la Acreditación de Alta Calidad, reconocimiento que obtuvo mediante resolución 017206 del 24 de octubre de 2018.

En el 2019 el Ministerio de Educación Nacional mediante el Decreto 1330 (2019) actualizó las condiciones de calidad de los programas académicos y se detallaron los procesos de registro calificado y renovación de registro en la Resolución 21795 (2020) y las condiciones de alta calidad

en el Acuerdo 02 (2020). Para acoplarse a estas directrices la Universidad Francisco de Paula Santander en su carácter de institución acreditada de alta calidad ha avanzado en la definición de una política de resultados de aprendizajes y el proceso de actualización curricular que esto implica en cada uno de sus programas académicos.

En línea con estas normativas el programa de Comunicación Social UFPS autoevalúa y mejora sus procesos, lo que se refleja en la presente propuesta de Proyecto Educativo del Programa.

1.3 Principios que orientan el accionar del programa

El programa retoma lo establecido en el Proyecto Educativo Institucional (Acuerdo 021 del 2021) en cuanto a los principios que rigen su accionar en coherencia con las funciones misionales de la institución.

> "a. La educación superior se concibe como un derecho de la persona, un servicio público cultural, un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, con miras a configurar una sociedad más justa, equilibrada y autónoma, enmarcada dignamente en la comunidad internacional.
>
> "b. La educación que imparte la Universidad se desarrolla dentro de un marco de claros criterios éticos y democráticos que garantizan el respeto, fortalecimiento y desarrollo de valores apropiados para enfrentar los cambios y requerimientos de la sociedad actual.
>
> "c. La Universidad como generadora de saberes entiende que la ciencia no es un quehacer abstracto ni perenne. Es principalmente, con base en la historia y la filosofía, una práctica social que busca una explicación racional y crítica de la realidad. Esta práctica, al hacerse más universal y sistemática, permite modificar la realidad entendida en su dimensión natural, humana y sociopolítica. Por lo cual interesan no solamente las estrategias y métodos de la ciencia, sino fundamentalmente sus fines y usos, las actitudes y valores que genera y los efectos que produce en la cultura.
>
> "h. La universidad despierta en los educandos un espíritu reflexivo, orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y pluralismo ideológico que tenga en cuenta la universalidad de los saberes y la particularidad de las formas culturales existentes en el país. Por ello la Educación Superior se desarrolla en un marco de libertades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra.
>
> "i. La Universidad más que transmitir ciencia, enseña a hacer ciencia; a apropiarla, a recontextualizarla y a producirla; a generar actitudes críticas y de creatividad para comprender la ciencia, valorarla y convertirla en práctica social.
>
> "k. La Universidad concibe lo académico como la actitud investigativa y su práctica, como el compromiso y acción social fundamentados en la investigación y la extensión y como la formación del hombre para que asuma sus roles, sus responsabilidades sociales y su realización como persona.

"m. La Universidad desarrolla la investigación de los problemas sociales como una contribución a la solución de estos, sin menoscabo de su naturaleza académica y el rigor científico que le son inherentes. Su papel va más allá del simple conocimiento de la realidad y realiza una crítica social acorde con el grado de desarrollo de su entorno.

"n. La Universidad promueve el conocimiento y la reafirmación de los valores de la nacionalidad, los derechos humanos, la paz y la democracia, la expansión de las áreas de creación y goce de la cultura, el acceso integral a todos los beneficios del desarrollo filosófico, artístico, científico, técnico, pedagógico y tecnológico, que de ellas se deriven, así como la formación para el manejo, conservación y aprovechamiento racional de los recursos naturales con el fin de adecuarlos a la satisfacción de las necesidades humanas y a la preservación del medio ambiente.

"o. La Universidad en su radio de acción busca constituirse en un agente determinante en el desarrollo regional, nacional e internacionales mediante su integración con el sector productivo". (pgs. 11 – 13)

2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

2.1. Misión

El Programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander está comprometida con la formación integral de profesionales competentes con sólidas bases teóricas y enfoque crítico sobre los procesos de transformación y cambio social de la región y del país. La calidad es un principio orientador que se evidencia en todo el proceso formativo abarcando la producción multimedia, planificación y gestión estratégica y comunicación para el cambio social, la investigación y el enfoque humanístico para la solución de problemas y desarrollo de las comunidades frente a los cambios tecnológicos y conceptuales que exigen la sociedad a la luz del pluralismo, la inclusión y la ética.

2.2 Visión

En el 2027, el programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander reafirmará sus procesos de alta calidad, enmarcados en el mejoramiento continuo, liderazgo en la formación de profesionales integrales, apoyados en una estructura curricular flexible coherente con las necesidades del entorno y las tendencias globales, además del fortalecimiento de los procesos de investigación y proyección social.

2.3 Objetivos del programa

Contribuir al desarrollo de competencias para la vida en los futuros profesionales y potenciar sus habilidades para la solución de problemas en los distintos campos de acción de la comunicación social.

Desarrollar en los educandos competencias de investigación formativa que les permitan aprender de forma permanente y a lo largo de toda la vida.

Fortalecer las habilidades de los futuros profesionales para interactuar efectivamente, en forma conjunta y colaborativa con sus pares demostrando un comportamiento ético basado en principios y valores universales.

Formar comunicadores sociales con competencias para la creación mediática con un sentido crítico y socialmente responsable frente a los contenidos que consumen, difunden y producen.

Formar comunicadores sociales con una perspectiva estratégica de la gestión de los procesos comunicativos, con capacidad de análisis y resolución de problemas en su campo de actuación.

2.4 Valores

El programa retoma lo establecido en el Proyecto Educativo Institucional (Acuerdo 021 del 2021) en cuanto a los valores "que representan las creencias orientadoras del comportamiento y las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria y el rol de estos como ciudadanos" (p. 13).

"Libertad: Nos recuerda el espíritu de libertad y laicista de Francisco de Paula Santander (Acevedo, 1988). La Universidad se esfuerza por establecer un proceso formativo en el marco de libertades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra. Dentro de la comunidad existe libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico.

"Compromiso: La Universidad está comprometida con el desarrollo de la región y el país. El compromiso genera en nuestra comunidad la disposición permanente para comprender el conocimiento como factor de transformación desde el rol actual de cada persona y la búsqueda de soluciones a los problemas del entorno que en roles futuros generen bienestar y transformaciones positivas en la sociedad"

"Responsabilidad: Sustentada en una interpretación equilibrada del estilo utilitarista de la educación promovido por Francisco de Paula Santander (Gómez, 1966). La Universidad concibe este valor como la capacidad de actuar siempre en la verdad, cumpliendo con transparencia los deberes, evaluando que siempre las decisiones y acciones busquen ´el máximo bienestar para el máximo número de personas´(Colomer, 1987) sin perder de vista el respeto por los derechos y las normas de cada contexto.

"Respeto: La Universidad promueve la dignidad humana en virtud de su naturaleza y del contexto del que participa. El respeto representa la capacidad de la comunidad para reconocer, valorar y tratar dignamente a las personas evitando excluir o discriminar por motivos sociales, culturales, económicos o de cualquier otra índole.

"Convivencia: La Universidad representa una comunidad con diversas maneras de pensar, de actuar y de sentir. La convivencia expresa la capacidad de la comunidad para vivir junto a los demás en armonía y paz, fomentando relaciones tolerantes, dialogantes y solidarias sobre la base de la búsqueda permanente del bien común.

"Resiliencia: Los miembros de la comunidad universitaria tienen la capacidad de hacer frente, superar y transformar las adversidades y problemas del entorno, actuando con iniciativa, recursividad y creatividad en equilibrio emocional para lograr resultados positivos." (pgs. 13 – 14)

3. LÍNEAMIENTOS

Generar una cultura de mejoramiento continuo en todos los procesos del programa para asegurar el mantenimiento de las condiciones que acreditaron la alta calidad del mismo.

Consolidar en los miembros de la comunidad educativa del programa la cultura de la autoevaluación permanente en todos los procesos

Promover en la comunidad educativa el ejercicio de una práctica pedagógica centrada en el educando y el desarrollo de competencias y aprendizajes para la vida desde el modelo pedagógico dialógico – crítico.

Gestionar con calidad, eficiencia y oportunidad las comunicaciones del programa con sus diferentes públicos

Promover una cultura de investigación formativa en correspondencia con los planes de extensión social que contribuyan al impacto del programa en el entorno

4. LINEAMIENTOS CURRICULARES

4.1. Fundamentación filosóficos y epistémicos del programa

Los abordajes clásicos de la comunicación llevan a referenciar su origen teórico en la Escuela Norteamericana desde la perspectiva funcionalista sobre los usos de los medios de comunicación con autores como Paul Lazarsfeld (1941) quien observó la tendencia en los estudios sobre medios masivos de comunicación que eran vistos como herramientas al servicio de agencias, el Estado o las empresas con fines mercantiles, educativos o de difusión de información, en otras palabras los medios son algo que alguien usa para algo (un fin), en este sentido el papel del investigador debe ser comprender su uso para facilitar tales fines. (Fuentes Navarro, 2009)

Adorno y Horkheimer propondrían una mirada que problematizaba el orden social y la función de los medios en ellos; desde la Escuela de Frankfurt se retoman las teorías críticas y con ellas el dualismo que marcaría el devenir de la comunicación y las ciencias sociales del último siglo.

> "Las distinciones fundamentales no radican en el ámbito abstracto de la teoría y la metodología. Radican en la selección pragmática de los problemas del mundo real y el uso subsecuente de técnicas de investigación para conducir el análisis. La base real de la dicotomía entre las tradiciones crítica y administrativa radica en el alineamiento de los investigadores al *statu quo* contra los cambios en las relaciones institucionalizadas de poder económico y político. Una trayectoria que no lleve a un debate interminable sobre dicotomías irreconciliables comienza con el supuesto de que toda teoría e investigación en ciencias sociales incluye tanto elementos objetivos como subjetivos. Estos elementos se aparean a través del proceso dinámico de la actividad de la investigación que se mueve en una relación dialéctica entre la teoría y la práctica. De manera que las diferencias entre las tradiciones de investigación existen. Están vinculadas con los objetivos económicos, políticos y sociales que permean la práctica de investigación. No son meras disputas teóricas que puedan resolverse por medio del debate académico (Melody & Mansell, 1983: 109-110)." (Fuentes Navarro, 2009, pág. 31)

Martín-Barbero & Rey (1999) ubican este choque de paradigmas en América Latina en los años 70; por una parte el paradigma funcionalista que concibe los medios como difusores de la cultura y avance desarrollista; por otra, el paradigma crítico analizando esta realidad desde la desigualdad y el papel de los medios como aparatos ideológicos al servicio de la clase dominante y del Estado; en el medio, el problema del reduccionismo y no reconocer la capacidad de las comunidades de incidir en la producción simbolica de su cultura.

> "A pesar de sus limitaciones, la incorporación de la teoría crítica y de la semiótica a los estudios comunicacionales abrieron unas perspectivas hasta entonces poco transitadas por los investigadores: la formación modernizadora pudo ser evaluada críticamente mientras que la comunicación se encontró integrada a las dinámicas sociales y se reencontró de otro modo con la política." (Martín-Barbero & Rey, 1999, pág. 56)

En la década del 80 la semiótica, la lingüística, el análisis del discurso y los estudios publicitarios se vieron fortalecidos por la mirada socio – crítica, lo que dio a los estudios un enfoque histórico, ideológico, cultural, económico y social que enriqueció la mirada del campo de la comunicación vista más allá del funcionalismo y de la teoría de la dependencia, lo que amplió la comprensión del objeto de estudio de la comunicación.

> "Desde la comunicación se trabajan procesos y dimensiones de lo social que incorporan preguntas y saberes históricos, antropológicos, estéticos, al mismo tiempo que la sociología, la ciencia política y la antropología se hacen cargo, ya no en forma marginal, de los procesos y medios de comunicación y de los modos como operan las industrias culturales." (Martín-Barbero & Rey, 1999, pág. 57)

El recorrido que Martín-Barbero & Rey (1999) describen para los estudios de comunicación en Colombia (ver tabla 46) permite comprender que la historia de las teorías e investigaciones en comunicación han sido paralelas a la historia de las ciencias sociales; pasando de enfoques positivistas y funcionalistas; a miradas críticas, sociohistóricas, de dependencia; a estudios culturales; a procesos de industrialización y tecnificación; de perspectivas desarrollistas a la transformación cultural; de miradas colonizadoras a los medios populares y la participación ciudadana, para llegar al nuevo siglo a redescubrir el campo en sus múltiples dimensiones.

Tabla 2 Perspectiva histórica de la investigación en Comunicación en Colombia

Década	Tendencia	Descripción
50 y 60	Difusión de innovaciones y tecnologías	Comunicación para el desarrollo como herramienta para la difusión de la tecnología y modernización a través de contenido educativo.
60	Historia de los medios	Descripciones históricas del surgimiento de los medios en el país: prensa y televisión educativa
70 - 80	Imperialismo cultural	Estudios críticos (económico – político – ideológicos) de los medios como aparatos de dominación cultural de E.U.
80	Historia de los medios	Descripciones históricas del surgimiento de los medios en el país: radio educativa, radio comercial, radio comunitaria – comunicación popular Cine: historia de la producción nacional Publicidad: historia, análisis de representaciones e imaginarios
	Comunicación y democracia	Los medios y las políticas públicas, regulación de los medios con miras a crear vías de participación ciudadana. Derecho a la información y medios como escenarios de participación. Medios de comunicación popular.
	Medios y mediaciones	Estudio de las dinámicas de consumo de medios y las audiencias. El estudio de las telenovelas como reflejo de la sociedad, pero también como herramientas de modernización del país al difundir tanto las narrativas populares como las transformaciones tecnológicas y las lógicas del mundo globalizado.

	Recepción y consumo cultural	El consumo como mediador en el proceso de construcción identitaria, que participa en la mediación cultural a la par de otras dimensiones como la cognitiva, estética, social, entre otras. Esto implica entender el consumo cultural como un proceso de apropiación, selección, integración e intercambio de sentido que se evidencia en los rituales cotidianos.
	Violencia en los medios / violencia de los medios	Estudios de contenidos, efectos, representaciones, influencias en comportamientos a partir de las producciones mediáticas. Usos y apropiaciones de los medios. Discursos sobre violencia y paz. Análisis del carácter mediador de los medios y énfasis en las lógicas sociales y culturales que dan pie al discurso noticioso.
90	Industrialización / concentración de los medios Industrias Culturales	Relaciones entre lo público lo privado: interés de los grupos económicos y el Estado por los medios como actor social, promotor de mercados, difusor tecnológico, constructor de opinión pública. El medio como empresa al servicio de los grupos económicos. Procesos de recepción y consumo. Corporaciones Multimedia. Los medios en la construcción de lo público, espacios para el ejercicio de la ciudadanía.
	Medios como actores en la transformación cultural	Los medios como interlocutores ante las demandas sociales y las nuevas formas del ejercicio político y expresiones de la libertad en los ámbitos educativo, ecológico, cívico, étnico, cultural.
	Cultura organizacional / comercial	Pone el énfasis en el consumidor, los flujos y usos de la información. Estudios de mercado, consumo, recepción.
	Trayectos del consumo cultural Movimientos sociales Culturas juveniles	Consumo y nuevas generaciones, las que, a través de video juegos, consumo de medios en inglés, cuentan con mayor "elasticidad cultural" que facilita la apertura a las transformaciones tecnológicas y culturales. Localización deslocalización, enraizamiento y desarraigo cultural.
2000	Comunicación Educativa / Comunicación organizacional / Gestión cultural / Redes informáticas	

Fuente: elaboración propia a partir de (Martín-Barbero & Rey, 1999)

En este devenir histórico la comunicación se presenta como campo interdisciplinario en el que confluyen las ciencias sociales y sus diferentes metodologías y miradas epistemológicas para comprender el fenómeno comunicativo, lo que llama a generar una mirada integradora entre "la importancia política y cultural de los procesos y medios de comunicación … y el espesor social y político de la comunicación". (Martín-Barbero & Rey, 1999, pág. 67)

Fuentes y Navarro (2009) enlistan las temáticas o subcampos que eran tendencia en el inicio del nuevo siglo: "la comunicación masiva (Bryant & Miron, 2004), las filosofías de la comunicación (Jones et. al. 2004), la comunicación organizacional (Berger, 2005), la comunicación interpersonal (Graber, 2005), la comunicación política (Hamilton & Nowak, 2005), los sistemas de información e internet (Walther et. al. 2005" (p. 35)

En el campo de formación profesional de comunicadores sociales en Colombia, se ve también esta diversidad del campo, reflejada en las tendencias formativas, Pereira (2005) identificó como principales áreas de formación las de: comunicadores – periodistas, comunicadores organizacionales, comunicadores audiovisuales, comunicadores publicistas, comunicadores para el desarrollo, comunicadores educativos, productores radiofónicos y productores editoriales.

Arroyave-Cabrera & Gonzalez-Pardo (2022) identifican las temáticas o sub disciplinas de la comunicación más estudiados en América Latina del 2009 al 2018, en los primeros cinco lugares encuentran la comunicación y salud (21 %); comunicación y estudios socioculturales (16 %) teoría y metodología de la comunicación (10 %); la comunicación digital, redes y procesos (8 %) y la comunicación organizacional, empresarial y de relaciones públicas (7 %).

En el abordaje metodológico de estos estudios predominan las investigaciones cualitativas con entrevistas, estudios de caso, análisis de discurso, análisis narrativos, análisis textuales, observación y grupos focales. En menor medida se hallan estudios cuantitativos que aplican el análisis de contenido o encuestas. En los enfoques teóricos, predomina la agenda setting y el framming, seguidos de la teoría de los pasos, la extensión de sentido, la hegemonía mediática y los usos y gratificaciones. En menor medida teorías como el marxismo, teoría de las cuatro funciones de los medios, difusión de innovaciones, dependencia, entre otras.

Arroyave-Cabrera & Gonzalez-Pardo (2022) concluyen que, si bien el campo de estudios es diverso y ha aumentado la productividad académica de la región, a nivel teórico se mantiene una dependencia del Norte Global al usar teorías que son sobre todo extranjeras y adaptarlas a los estudios locales.

Esto lleva a concluir que la formación del comunicador social en la actualidad, implica la formación en teorías y metodologías propias de la comunicación en su sentido tradicional dando al comunicador una labor de análisis y comprensión de los fenómenos comunicativos desde las corrientes teóricas fundantes; también competencias en la creación de contenidos mediáticos incluyendo la gestión de la comunicación en entornos digitales, corporativos y comunitarios.

El campo teórico de la comunicación digital

El surgimiento de los medios de comunicación digitales ha transformado la industria cultural y con ella el escenario laboral de los comunicadores sociales, la academia tiene la tarea permanente de adaptar el currículo a las demandas laborales y tecnológicas de la sociedad actual. En este sentido, el nuevo perfil del comunicador social es el de ser un profesional

"formado para desarrollar estrategias comunicativas que implican tanto el **análisis** del contexto en el que se produce el proceso de intercambio simbólico, como la **construcción de mensajes** con un sentido determinado, articulados en diversos códigos lingüísticos (por ejemplo, oral, escrito,

icónico, audiovisual). Tiene una formación teórico-práctica, y su campo de trabajo se sitúa en todo espacio de interacción social en el que se requiera un **mediador que integre y cree comunidades** de sentido. De manera que se le puede encontrar ejerciendo su labor tanto en los medios de comunicación (por ejemplo, prensa, radio, televisión, cine) como en comunidades rurales, urbanas o en cualquier otra forma de organización social". (Andión Gamboa, 2019, pág. 254).

El desarrollo tecnológico deja atrás conceptos como lo analógico, lo que suscita nuevos retos para quienes tienen la misión de generar, editar y publicar contenido, teniendo como canal las TIC y los entornos digitales en general, según Cebrián (2009), "medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa se han instalado para hacer sus aportes, sobre todo en lo relacionado con contenidos de tipo informativo, generando una simbiosis que da paso a los denominados cibermedios". (Cebrián-Herreros, 2009, pág. 16)

Lo anterior involucra procesos comunicativos interactivos en dónde la comunicación de tipo unidireccional se va limitando por las herramientas de estos entornos, lo que implica mayor flujo y demanda de información que puede llegar a ser plural, cambiante y caótico (López García, 2005).

Estas transformaciones impactan también los procesos de consumo mediático, los consumidores demandan información y se hace necesario reconocerlos como audiencias prosumidoras (producen y consumen) y crean redes o comunidades que se constituyen en nuevas formas de interacción social en el entorno digital. Este escenario, requiere estrategas de la comunicación y el periodismo que sean capaces de entender los ecosistemas tanto offline como online y sobre estos generar, administrar o corregir flujos de información que se den en los diversos canales.

El comunicador en los entornos digitales

El comunicador digital es profesional en el área de la comunicación especialista en una o varias áreas del conocimiento, que actualiza, organiza y transmite contenidos o estrategias comunicativas, valiéndose para ello de medios tecnológicos. Para Rubio (2014) consiste en:

> "Aquellas personas que se encargan de funciones tácticas como la de generar conversaciones o resolver dudas de los miembros de la comunidad en Internet. Detrás de una cuenta siempre hay personas, y, en concreto, el profesional que es el encargado de crear y establecer esa voz diferencial, quien detecta y satisface las necesidades y otras cuestiones relacionadas con las audiencias" (Barrios Rubio, 2014).

Gómez (2004) citado por (Castillo Acero & Araque Alfonso, S.F.) afirma que los principales retos del comunicador en los entornos digitales son el estudio de la "adaptabilidad del medio al usuario, la interactividad y la hipertexutalidad" (p. 11) En este sentido, el comunicador es un estratega y mediador, quien elabora propuestas comunicativas a partir del estudio de las características de su público objetivo con el fin de promover la interacción del producto/mensaje con el usuario. A continuación, se describen algunos conceptos claves en la comprensión de los entornos digitales:

> **Interactividad:** "implica una ergonomía que garantiza una gran accesibilidad, es decir, la garantía del uso de una interface que desde lo comunicativo de paso a numerosas funciones

disponibles en un tiempo de respuesta corto" Coomans, 1995, citado por (Estebanell Minguell, 2000).

Hipertexto: ha permitido una "nueva geografía de la información" brindando al usuario la posibilidad de "saltar" de un texto a otro en la web, creando un mapa o recorrido propio de lectura y aprendizaje, Glister (1997) citado por (Pujolà & Montmany , S.F.)

Narrativas del nuevo ecosistema mediático: los entornos digitales demandan de nuevos lenguajes y narrativas en los procesos de difusión de información y recolección de datos, esto lleva al surgimiento de narrativas multimedia, crossmedia y transmedia que están directamente ligadas al ejercicio de los comunicadores sociales y que por su naturaleza en el componente digital, deben dominar.

Convergencia: es "la difuminación de las fronteras entre las comunicaciones móviles y fijas: radiotelevisión, telecomunicaciones, medios e informática" García et al., 2009 citado por (Robledo, 2016). Es "una de las características más destacables del sector de la comunicación de masas en la actualidad" Navas (2011) citado por (Robledo, 2016), característica que posibilita que la información circule en múltiples plataformas y produzca nuevos tipos de narrativas creativas que potencian la interactividad del lector, espectador o usuario.

Comunicación Multimedia: es "la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada" (Abadal y Guallar, 2010, p. 42) citado por (Álvarez-Monsiváis, 2020) lo que permite al usuario complementar la información recibida en el entorno digital.

Crossmedia: "es el paso previo y la base material que hace posible la narración transmedia, en cuanto se trata de una historia contada a través de diversos medios en la que cada fragmento presenta un aporte distinto al total" Belsunces (2011) citado por (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012) Al hablar de experiencia crossmedia se requiere de generar procesos con niveles altos de interactividad, lo que se traduce en la creación y consecución de experiencias únicas en la audiencia.

Transmedia: "Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad… En la forma ideal de la narración transmediática, cada medio hace lo que se le da mejor… Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa." Jenkings (2006: 101) citado por (Burgos García, 2013)

Jenkings (2006) señala que las narrativas transmedia poseen siete principios, a saber: (1) Extensión vs Profundidad, en la medida que el usuario/consumidor del medio centra su atención en el medio/mensaje y desea buscar más información, posteriormente (2) se da la Continuidad vs. Multiplicidad, en la medida en que la narración que se le propone sea coherente y creíble, el usuario querrá acceder a diferentes versiones de la historia manteniendo la cohesión interna del relato.

Un tercer principio se refiere a la Inmersión vs. Extracción, lo que posibilita que el espectador logré a partir del consumo mediático realizar extracciones de ideas, aspectos culturales o mensajes que lleva a su cotidianidad o hacer parte de su identidad como consumidor cultural. El cuarto principio se refiere a la Construcción del mundo, en medio de la narrativa transmedia implica construir un universo o entorno para el relato que se quiere contar, entorno/mundo que posee reglas y características que le permiten al usuario comprender la dinámica en que todos los elementos de este universo se relacionan o complementan. El quinto principio 5: Serialidad, indica que las narraciones transmedia pueden ser seriadas o fragmentadas para facilitar su producción y distribución en diferentes plataformas o medios. La Subjetividad (6) referencia que los usuarios realizarán procesos de mediación, llegarán a asimilar la historia o incluso ampliarla, esto es posible en la medida en que son prosumidores (productores y consumidores) de contenido. Finalmente, el séptimo principio se refiere al Rendimiento (performance) o desempeño de la narrativa, en la medida que es capaz de motivar a los usuarios a difundir el contenido, producir piezas derivadas de la historia y vincularse narrativamente al universo creado por la narrativa.

Para desarrollar tales narrativas, los comunicadores digitales deben ser "capaces de innovar y crear nuevas propuestas, productos, narrativas y demás estrategias para llegar e impactar al público" (Barrios Rubio, 2014), pero para ello deben ser capaces de investigar y organizar información, desarrollar competencias en la producción de contenidos para múltiples plataformas en diferentes formatos, analizar y seleccionar mejor información, crear contenidos de valor, propiciar la interacción con el usuario y entre usuarios, tener capacidad de adaptarse a los cambios y permanente disposición al aprendizaje de los nuevos entornos digitales. (Bracho, 2020)

Una visión integradora para formar comunicadores competitivos

En México, Jesús Galindo propone una alternativa desde la complejidad, donde el comunicólogo tenga una visión estratégica para el desarrollo de todos los procesos comunicativos en diferentes tipos de organizaciones.

Se recomienda entonces a los docentes, desarrollar una mirada integradora de los resultados de aprendizaje en la formación del comunicador, viéndolo como un profesional estratégico:

> "Perfil del comunicador estratégico: Hay comunicadores trabajando en los medios y también en las instituciones, en las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), en el Estado, en empresas, en escuelas, en centros comunitarios, en hospitales, en centros culturales. Todos son espacios diversos que requieren articular acciones de múltiples grupos y sectores, ya que su objetivo es aportar cierta transformación sociocultural concreta".
>
> "Los comunicadores estratégicos son operadores de la multidimensionalidad del fenómeno comunicacional desde una perspectiva respetuosa de la diversidad. Son buscadores del cambio deseable y posible para todos los componentes de la comunicación desde un reconocimiento de las trayectorias de las matrices socioculturales, considerando sus modalidades de vinculación con las problemáticas, sin pretensiones de completitud, tampoco de dogma, y siempre abiertos a la heterogeneidad del mundo".

> "Especificidad del comunicador estratégico como especialista en reconocer y en promover encuentros socioculturales: ciertos ritmos que se incluyen, sintonías diversas pero que son convergentes de maneras hábiles. Comunicador estratégico como especialista en propiciar tonos capaces de transformaciones deseables y posibles en torno a una situación dada. Comunicador estratégico como especialista en el cambio social conversacional" (Galindo Cáceres, 2012, pág. 13).

4.2 Estructura del plan de estudios en créditos académicos

Los programas académicos de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) están organizados bajo el sistema de créditos académicos, en cumplimiento de la Resolución 040 de 2003 del Consejo Académico. Este sistema permite una planificación estructurada y flexible de las actividades académicas, asegurando que los estudiantes alcancen los objetivos formativos de cada Programa de manera integral.

En este sentido, la UFPS entiende que el crédito es la unidad de medida del trabajo académico que deben realizar los estudiantes en cada una de las actividades formativas que se contemplan en el plan de estudios como requisitos de grado. Al respecto, la Política Curricular (Acuerdo 006 de 2003) establece, en su artículo 27, que:

> "Un crédito equivale a 48 horas de trabajo académico del estudiante, que comprende las horas con acompañamiento directo del docente y demás horas que el estudiante deba emplear en actividades independientes de estudio, prácticas u otras que sean necesarias para alcanzar las metas de aprendizaje, sin incluir las destinadas a la presentación de las pruebas finales de evaluación. (MEN, Decreto 808 de 2002, Art. 5º)".

En el caso del Programa de Comunicación Social de la UFPS, este cuenta con un total de 140 créditos académicos, distribuidos en ocho (8) semestres y desarrollado en modalidad presencial diurna. Esta estructura garantiza una formación académica sólida, combinando teoría y práctica para responder a las necesidades del campo de la comunicación en diferentes contextos sociales y profesionales.

Así mismo, el Programa entiende el crédito académico, como unidad de medida, el cual representa el esfuerzo requerido por los estudiantes para cumplir con las metas de aprendizaje de cada curso. Este esfuerzo incluye un conjunto de actividades planificadas que se desarrollan de manera individual o grupal, dentro y fuera del aula, bajo la guía de los docentes. Dichas actividades comprenden tanto sesiones presenciales como trabajos autónomos o no presenciales, asegurando un proceso de enseñanza-aprendizaje integral y efectivo.

Al analizar los créditos por áreas de formación y cursos se tiene que 75 % se encuentran en el área de formación profesional, 14,3 % en el área de formación socio humanística y 10,7 % en el área de formación de investigación (Ver tabla 3).

Tabla 3 Créditos por área de formación

Áreas de formación	Cursos	Créditos totales	Porcentaje
Formación	Introducción a la comunicación, Taller de escritura I, Lingüística,	105	75 %

profesional	Creatividad y expresión corporal, Teorías de la comunicación I, Taller de escritura II, Semiótica, Apreciación estética, Teorías de la comunicación II, Análisis de medios, Redacción y géneros: periodista, Fotografía, Teoría de la comunicación organizacional, Comunicación para el cambio social, Diseño gráfico, Radio I, Electiva I, Diagnóstico de la comunicación organizacional, Diagnóstico social y de la comunicación, Modelos de planeación y evaluación participativa, Redacción y géneros: Audiovisual, Radio II, Electiva II, Planeación de la comunicación organizacional, Diseño de proyectos comunitario, Producción AV, Diseño y edición de medios digitales, Electiva III, Comunicación de mercadeo, Creación de empresas en comunicación, Gestión comunitaria, Comunicación y marketing digital, Electiva IV, Práctica profesional		
Formación socio-humanístico	Introducción a la vida universitaria, Historia contemporánea, Filosofía de la comunicación, Inglés I, Sociología de la comunicación, Ética, inglés II, Psicología social: comunicación, Constitución, inglés III.	20	14,3 %
Investigación formativa	Epistemología, Investigación social, Tutoría de proyecto I, Seminario integrador I, Tutoría de proyecto II, Seminario integrador II, Trabajo de grado	15	10,7 %

Dado que los créditos hacen referencia al número de horas que son necesarias para alcanzar los resultados de aprendizaje previstos, estos se organizan con relación a las horas de trabajo directo que realiza el estudiante con el docente, las horas de laboratorio, prácticas y trabajo independiente. La tabla 4 describe los créditos en las horas de cada curso, así mismo los clasifica entre créditos obligatorios y electivos, este último hace referencia al componente de flexibilidad del programa que se representa en 4 cursos electivos que equivalen a 8 créditos.

Tabla 4 Créditos y horas por curso

Cursos	Créditos académicos		Horas				Total
	Obligatorio	Electivo	Trabajo directo con docente	Laboratorio	Práctica	Trabajo independiente	
Semestre 1							
Introducción a la comunicación	3		48			96	144
Taller de escritura I	3		32	32		80	144
Lingüística	2		48			48	96
Creatividad y expresión corporal	2		32			64	96
Introducción vida universitaria	2		32			64	96
Historia contemporánea	2		32			64	96

Filosofía de la comunicación	2		48			48	96
Semestre 2							
Teorías de la comunicación I	3		48			96	144
Taller de escritura II	3		32	32		80	144
Semiótica	2		48			48	96
Apreciación estética	2		32			64	96
Inglés I	2		32			64	96
Sociología de la comunicación	2		32			64	96
Ética	2		32			64	96
Semestre 3							
Teorías de la Comunicación II	3		48			96	144
Análisis de medios	3		48			96	144
Redacción y géneros: periodismo	4		32	32		128	192
Fotografía	3		32	32		80	144
Inglés II	2		32			64	96
Psicología social de la comunicación	2		32			64	96
Constitución	2		32			64	96
Semestre 4							
Teorías de la Comunicación Organizacional	3		48			96	144
Comunicación para el cambio social	3		48			96	144
Diseño Gráfico	3		32	32		80	144
Radio I	3		32	32		80	144
Electiva I		2	32			64	96

Inglés III	2		32			64	96
Epistemología	2		32			64	96
Semestre 5							
Diagnóstico de la comunicación organizacional	3		48			96	144
Diagnóstico social y de comunicación	2		32			64	96
Modelos de planeación y evaluación participativa	2		32			64	96
Redacción y géneros: Audiovisual	4		32	32		128	192
Radio II	3		32	32		80	144
Electiva II		2	32			64	96
Investigación social	3		64			80	144
Semestre 6							
Planeación de la comunicación organizacional	4		48	32		112	192
							0
Diseño proyectos comunitarios	2		16	16		64	96
Producción Audiovisual	3		32	32		80	144
Diseño y edición de medios digitales	3		32	32		80	144
Electiva III		2	32			64	96
Tutoría de proyecto I	2			32		64	96
Seminario Integrador I	2			32		64	96
Semestre 7							

Comunicación de mercadeo	3		16	32		96	144
Creación de empresa en comunicación	2		32			64	96
Gestión Comunitaria	2		16	16		64	96
Comunicación y marketing digital	3		64			80	144
Electiva IV		2	32			64	96
Tutoría de proyecto II	2			32		64	96
Seminario integrador II	2			32		64	96
Semestre 8							
Práctica profesional	16		32		640	96	768
Proyecto de grado	2		16			80	96
Totales							
Número	132	8	1680	544	640	3856	6720
Porcentaje	94%	6%	25,0%	8,1%	9,5%	57,4%	100,0%

Esta información se difunde mediante folletos de promoción del Programa y se encuentra disponible en la página web institucional para su consulta permanente. Los créditos académicos de cada asignatura han sido promediados considerando que las actividades académicas de la UFPS se programan según calendario de 19 semanas, 3 de las cuales corresponden a previos o exámenes y las 16 semanas restantes a actividades académicas.

4.3 Propósitos de formación, perfiles, competencias y resultados de aprendizaje

4.3.1 Propósito de formación

Formar Comunicadores conscientes de su responsabilidad ética y social, comprometidos con el aprendizaje continuo en función de su desarrollo profesional, crecimiento personal y en beneficio de la sociedad.

Desarrollar en el estudiante un pensamiento crítico y analítico para la interpretación de los fenómenos y contextos socio-culturales, así como de las implicaciones sociales, políticas y económicas de su profesión.

Fomentar en el estudiante un pensamiento reflexivo, autónomo e interdisciplinario apoyado en la investigación y la interpretación de la realidad social en aspectos relacionados con la comunicación, para la comprensión de estas situaciones en contextos socio-culturales específicos, y sus implicaciones sociales, culturales, políticas y económicas.

Despertar en el estudiante el sentido de pertenencia por su profesión y de su responsabilidad en su propia formación, para que sean profesionales autónomos, líderes, cultivando valores como la autoformación, el emprendimiento, y la creatividad.

Estimular en los estudiantes la búsqueda de nuevas y creativas soluciones desde la comunicación a los retos que impone la sociedad de la información y el conocimiento en el marco de la globalización y la mundialización de las comunicaciones, y el cambiante mercado laboral.

Desarrollar en el estudiante la capacidad de convertirse en agente de cambio y transformación social, comprometido con la formación de una opinión pública informada verazmente, la construcción de tejido social, la autogestión de las comunidades, y el compromiso de contribuir en la generación de cambios que desde el ejercicio de su profesión puedan promover la paz.

Promover en los estudiantes un espíritu emprendedor, y las competencias necesarias para desarrollar empresas independientes de comunicación o contribuir en el fortalecimiento de las ya existentes.

Formar un profesional integro, consiente de su compromiso social, el respecto a la diferencia y la responsabilidad ciudadana, con un conocimiento y dominio de sí que le permita abogar por el bien de la comunidad en que labora.

4.3.2 Perfil de ingreso y egreso

Perfil Ingreso

El aspirante al programa de Comunicación Social debe poseer una combinación de habilidades, actitudes, conocimientos y competencias básicas que les permitan adaptarse y aprovechar al máximo los contenidos y desafíos del programa. Estas competencias le deben permitir comunicarse de manera clara y precisa de forma oral y escrita en su lengua materna y en un segundo idioma, así como evidenciar la capacidad de realizar una lectura crítica que le permita analizar diversos contextos socioculturales de forma ética. Así mismo, es clave tener en cuenta la capacidad de realizar análisis cuantitativos que les permitan tomar decisiones basadas en evidencia, habilidad importante para abordar de manera integral los desafíos de la comunicación en un mundo interconectado.

Por lo tanto, las áreas de conocimiento de las pruebas saber 11 a tener en cuenta para el ingreso al Programa son: Competencia comunicativa 40%, lectura crítica 30%, Segundo idioma 20% y razonamiento cuantitativo 10%.

Perfil Egreso

El Comunicador Social de la universidad Francisco de Paula Santander es un productor y analista de procesos comunicativos que planifica y gestiona procesos de comunicación de forma estratégica en organizaciones y en entornos comunitarios para promover la transformación social. Es un profesional conocedor de las buenas prácticas en la disciplina, con capacidad creadora e innovadora y pensamiento crítico que le permita participar y liderar diferentes tipos de proyectos con altos estándares de calidad, ética, responsabilidad social y respeto por la diferencia. Es un profesional que, de manera autónoma, apropia, aprovecha y se adapta competitivamente en su dinámica cambiante.

4.3.3 Competencias y Resultados de aprendizaje

Tabla 5 Competencias genéricas y resultados de aprendizaje

Competencia	Descripción	Resultado de Aprendizaje
CG1 Razonamiento cuantitativo	Resolver problemas que involucren información cuantitativa y objetos matemáticos en distintos formatos (tablas, gráficos, diagramas, esquemas) que permiten a un ciudadano tomar parte activa e informada en los contextos social, cultural, político, administrativo, económico, educativo y laboral	RA 1 Aplicar los conocimientos y habilidades matemáticas en la solución de situaciones problemas que se presenten en los contextos cotidianos y profesionales que involucran información de carácter cuantitativo
CG 2. Aprendizaje continuo	Demostrar acciones dinámicas de actualización constante y adaptación a un entorno cambiante, aplicada tanto a la vida profesional, como al ámbito personal se trata de estar en permanente formación	RA 2 Demostrar las capacidades necesarias para el aprendizaje permanente y a lo largo de toda la vida
CG 3 Trabajo en equipo	La habilidad para funcionar efectivamente en equipos cuyos miembros en conjunto proveen liderazgo, crean un ambiente colaborativo e incluyente, establecen metas, planean tareas y cumplen objetivos	RA 3 Trabajar conjunta y colaborativamente con otros pares desde diversos roles buscando solucionar problemas en diversos contextos
CG 4 Ciudadanía ética y critica	Reconocer la ética, la responsabilidad social y el compromiso ciudadano desde una visión crítica y autocrítica, asumiendo sus actuaciones como sujetos sociales activos de derechos, de modo que puedan ejercer plenamente la ciudadanía,	RA 4 Demostrar comportamientos éticos en diversos contextos basados en principios y valores universales, analizando las diferentes perspectivas presentes en diversos entornos donde se ven involucrados los derechos y deberes del

	respetando los principios y valores construidos en comunidad, con sentido de justicia en el cuidado sustentable del entorno	ciudadano
CG 5 Comunicativa	Comunicarse efectivamente en lengua materna y en un segundo idioma con una variedad de audiencias utilizando medios diversos	RA5. Utilizar con efectividad la comunicación oral y escrita a través de informes, documentos de trabajo, ponencias, exposiciones o en reuniones de trabajo. RA 6 Comunicarse mediante expresiones de uso frecuente y de la profesión en un segundo idioma

Tabla 6 Competencias específicas y resultados de aprendizaje

Competencia	Descripción	Resultado de Aprendizaje
CE 6. Productor mediático	Creación y producción de piezas comunicativas para múltiples medios y plataformas	RA 7 Producir piezas comunicativas para múltiples medios y plataformas
CE 7. Gestor de la comunicación	Gestión de la comunicación y análisis de forma crítica y participativa de organizaciones y comunidades para planificar estratégicamente los procesos comunicativos	RA 8 Planificar estratégicamente los procesos comunicativos en organizaciones y comunidades
CE 8. Analista de procesos de comunicación	Análisis de procesos de comunicación que requieren la reflexión crítica de asuntos de interés público y social en los que confluyen los medios y diferentes actores de la sociedad	RA 9 Analizar diversos procesos comunicativos en diferentes contextos socioculturales haciendo uso de las teorías de la comunicación

4.4 Estrategias de flexibilidad, interdisciplinariedad y segundo idioma

A partir de la creación del Acuerdo 22 del 2021 (Política Institucional de Resultados de Aprendizaje PIRA) la UFPS ha desarrollado los "Lineamientos institucionales para la implementación de la política curricular en la UFPS" (2022) en los que se define la flexibilidad curricular como:

> "la capacidad que debe tener un programa de formación para anticipar y adaptarse a los retos permanentes que le plantean los cambios en la dinámica de la producción del conocimiento científico y tecnológico y el surgimiento de nuevos problemas. La

> flexibilidad curricular busca superar las estructuras rígidas e inmóviles de los planes de estudio tradicionales, ofrece respuestas a los nuevos roles profesionales que demanda la sociedad y garantizar oportunidades de desarrollo personal y autónomo (Articulo 12, Acuerdo 06 de 2003)."
>
> "Se asume como flexibilidad curricular una condición necesaria para entender y atender las realidades que impone un mundo de complejidades e incertidumbres, así como la oportunidad que el estudiante potencie sus aptitudes, necesidades, vocaciones y expectativas personales de su proyecto de vida. Se evidencia por los campos de formación, la opción de doble programa, la oferta variada de electivas, el desarrollo de la práctica empresarial, las visitas técnicas, las salidas de campo, los estudios complementarios, la movilidad nacional e internacional, las opciones de grado; desde lo pedagógico en la aplicación de las tecnologías de información y comunicación a la labor formativa, así como de las múltiples didácticas. Desde lo académico administrativo se evidencia en la homologación de créditos y resultados de aprendizajes por transferencias externas e internas, en los horarios de clases establecidos (regular y extendido), en la posibilidad que tiene el estudiante de armar su horario de clases de acuerdo a sus necesidades, entre otros."

Con lo anterior se tiene que el programa de Comunicación Social es flexible en cuanto oferta asignaturas electivas (Electiva I, Electiva II, Electiva III, Electiva IV, con un total de 8 créditos en las 4 asignaturas); promueve la participación de los estudiantes y docentes en espacios de movilidad nacional e internacional, ofrece diversas opciones de grado, presenta asignaturas que pueden ser homologadas con otros planes de estudios, y ha analizado y reducido los pre requisitos de las asignaturas para facilitar la movilidad del estudiante en su plan de estudios; así mismo, la UFPS oferta cursos opcionales mediante la vicerrectoría de Bienestar Universitario, allí hay actividades deportivas y culturales con una intensidad semestral de 20 horas, de las cuales el estudiante debe cursar al menos dos durante su vida académica.

La flexibilidad también se contempla en el Estatuto Estudiantil (Acuerdo 051 de 2019) en los mecanismos de ingreso a la institución, se puede ingresar al programa por transferencia y traslado, realizándose homologaciones y equivalencias de los cursos aprobados por el estudiante en otras universidades o carreras; este trámite corresponde al Comité Curricular del Programa. El Comité Curricular de Programa, con participación de los docentes, evalúa la pertinencia de los contenidos desarrollados y propone los ajustes correspondientes.

En el curso Práctica (VIII semestre) la flexibilidad se presenta en las alternativas de escenario de prácticas, de acuerdo a los intereses profesionales, posibilidades y facilidades de movilidad del estudiante, esto permite la permanente actualización, renovación y creación de nuevos convenios de relación interinstitucional según los intereses de los estudiantes.

Otro aspecto a considerar en la valoración de la flexibilidad curricular está en qué estrategias desarrolla la universidad para evitar la deserción sin afectar la calidad académica. La normatividad institucional establece que los estudiantes con un promedio inferior a tres con uno (3.1) queda en estado de condicionamiento o exclusión, por lo cual se desarrollaron los Acuerdos 012 de 2009 y 029 de 2013, que formulan herramientas como los módulos de orientación académica-psicosocial

y desarrollo del pensamiento, que permiten nivelar el desempeño académico y retomar posteriormente la formación profesional en el programa académico.

Las asignaturas con equivalencias se constituyen en un mecanismo de flexibilidad al promover la posibilidad de cursar asignaturas con estudiantes de otros programas de la Universidad, las cuales corresponden a 4 cursos.

Tabla 7 Asignaturas y equivalencias

Asignatura	Equivalencias registradas en Divisist	Programa de la equivalencia
Introducción a la Vida Universitaria	Introducción a la Vida Universitaria	Administración de Empresa Contaduría Tecnología Comercial y Financiera Tecnóloga en Contracciones Civiles Licenciatura en Educación Comunitaria Derecho Trabajo Social
Constitución	Constitución Política	Derecho
Epistemología	Epistemología	Ingeniería Electromecánica Ingeniería Pecuaria Trabajo Social

Interdisciplinariedad e integralidad: La interdisciplinariedad es comprendida en el Decreto 1330 como el "fortalecimiento de vínculos entre la institución y los diversos actores en pro de la armonización del programa con los contextos locales, regionales y globales" esto implica también la internacionalización del currículo, el desarrollo de una segunda lengua y la forma en que estudiantes y docentes interactuan con sus pares en contextos académicos, investigativos y profesionales.

En este sentido se toma la interdisciplinariedad en primer lugar dentro del curriculo, en la forma en que este corresponde con las necesidades contextuales (internacional, nacional y local); la forma en que el programa se articula con el contexto académico e investigativo (nacional e internacional) y el desarrollo de habilidades en un segundo idioma, lo que facilitaría dicha interacción.

Interacción del currículo: La interacción a nivel curricular se expresa en el análisis de las tendencias internacionales y nacionales en la formación, la autoevaluación por parte de docentes y estudiantes y los ajustes al curriculo a partir de lo anterior.

El análisis de las tendencias internacionales y nacionales en la formación es un proceso de reflexión que se realiza cada dos años al interior del programa, con el propósito de facilitar la actualización curricular desde los micro curriculos y como parte del proceso de autoevaluación para la renovación de la licencia interna de funcionamiento.

De la mano de lo anterior, se realiza la autoevaluación por parte de docentes y estudiantes y los ajustes al curriculo a partir de estas reflexiones, todo ello como parte del proceso de autoevaluación bianual que se da en el marco de la renovación de la licencia interna de funcionamiento. Estos procesos se describen en el Acuerdo 007 de 2018 del Consejo Superior Universitario.

Los resultados de esta reflexión se expresan en modificaciones a nivel micro curricular, cambios en las electivas y cuando se da la renovación de registro calificado se expresan en modificaciones al perfil, créditos, malla curricular y resultados de aprendizaje.

Tabla 8 Interdisciplinariedad expresada en las áreas de formación

Área	Descripción	Asignaturas	Créditos	%
Profesional	Esta área de formación permite que el estudiante adquiera las herramientas necesarias para producir piezas comunicativas para múltiples medios y plataformas	Introducción a la comunicación; Teorías de la comunicación I; Teorías de la Comunicación II; Comunicación organizacional; Planeación de la comunicación; Campañas institucionales y comunitarias; Estrategias de medios; Práctica profesional; Taller de escritura I; Taller de escritura II; Diagnóstico social y de comunicación; Técnicas de comunicación corporativa; Creación de empresas en Comunicación; Lingüística; Semiótica; Análisis de medios; Comunicación para el cambio social; Modelos de planeación y evaluación participativa; Diseño proyectos comunitarios; Gestión comunitaria; Creatividad y expresión corporal; Apreciación estética; Redacción y géneros: periodismo; Redacción y géneros: Audiovisual; Producción AV; Fotografía; Diseño gráfico; Diseño y edición de medios digitales; Comunicación y Marketing digital; Radio I; Radio II; Electiva I; Electiva II ; Electiva III; Electiva IV	105	75 %

Socio humanística	Las ciencias sociales le permiten al comunicador social analizar de forma crítica y participativas organizaciones y comunidades para planificar estratégicamente los procesos comunicativos	Introducción vida universitaria Inglés I Inglés II Inglés III Historia contemporánea Sociología de la comunicación Psicología social de la comunicación Filosofía de la comunicación Ética Constitución	20	14,3 %
Investigación	Esta área le brinda al estudiante las herramientas y las competencias investigativas para generar conocimiento que les ayuden a enfrentar los retos en su ejercicio profesional, así mismo le permite ser analista de procesos de comunicación que requieren la reflexión crítica de asuntos de interés público y social en los que confluyen los medios y diferentes actores de la sociedad.	Epistemología Investigación social Tutoría de proyecto I Seminario integrador I Tutoría de proyectos II Seminario integrador II Trabajo de grado	15	10,7 %

Inserción del programa en contextos académicos nacionales e internacionales: Esta inserción se evidencia en actividades y proyectos de cooperación en docencia, investigacion y proyección social, las relaciones externas de profesores y estudiantes y el seguimiento al impacto de las actividades y proyectos.

A nivel institucional la Oficina de Relaciones Internacionales es la encarcada de establecer contactos y vínculos de cooperación con instituciones del exterior, permitiendo instaurar programas de interés común para estudiantes, docentes e investigadores, en el marco de la Política de Internacionalización. Este tipo de convenios han facilitado que estudiantes y docentes del programa realicen actividades de movilidad docente y estudiantil saliente y entrante.

Respecto a las relaciones de interacción entre grupos de investigación, estos proyectos tienen seguimiento desde la Vicerrectoría de Investigación a través de los indicadores reportados por grupos de investigación y semilleros.

El Programa se encuentra articulado con redes académicas y de investigación de gran prestigio, que le permiten divulgar los resultados de investigación, realizar proyectos conjuntos, gestionar conferencias académicas, generar propuestas de mejoramiento para la formación profesional en términos de tendencias nacionales e internacionales y formular normatividades actualizadas en

Educación Superior. De las publicaciones relacionadas con libros y artículos en revistas especializadas, es significativa la coautoría con profesores nacionales e internacionales, sacando provecho a los vínculos establecidos en las diferentes redes académicas. Además, en los últimos cinco años, se ha incrementado la participación en eventos de carácter internacional, gracias a la membresía de algunos docentes en IAMCR, ALAIC, REDIPE, ACICOM, REDCOLSI Y ALFE, entre otras asociaciones.

La Universidad evidencia una política de internacionalización sólida, así como un nutrido número de convenios para la cooperación académica a nivel nacional e internacional. Hay una repuesta coherente del Programa a la adaptación de los microcurrículos con temas de interés para los estudiantes que emanan de la tendencia nacional y global en el campo disciplinar.

Habilidades comunicativas en una segunda lengua: Las habilidades en una segunda lengua se evidencian desde las estrategias, planes o proyectos que sigue el programa académico para la aprobación y uso de una segunda lengua, las evidencias del impacto de las estrategias empleadas para el desarrollo de las habilidades en una segunda lengua y la interacción con comunidades no hispanohablantes.

La Resolución 089 de 2010 establece que el estudiante debe demostrar suficiencia en el manejo del segundo idioma: inglés, como requisito de grado. La universidad realiza la prueba EKT – UFPS para evaluar el nivel de competencia y el puntaje mínimo aprobatorio es de 60 puntos. Para formarse en el segundo idioma la universidad oferta cursos de formación intensivos en periodos semestrales e intersemestrales.

La Resolución 033 de 2011 establece como estrategias pedagógicas para la formación en un segundo idioma que los docentes incluyan en sus cursos por lo menos una lectura en inglés, así como materiales de consulta y referencia en este idioma.

Como acción de mejora el plan de estudios realiza la actualización de la malla curricular en el año 2023 lo que permite crear tres asignaturas de inglés que le permitan al estudiante adquirir las competencias básicas en la segunda lengua.

4.5 Enfoque pedagógico

El Programa de Comunicación Social, en articulación con el *enfoque dialógico-crítico* que propone la UFPS, reconoce la importancia de la formación humanística, promueve la inter y la transdisciplinariedad como práctica en la formación integral, promueve el diálogo y el reconocimiento del otro, fomenta la cultura de la investigación formativa y, sobre todo, el compromiso social de sus educandos. Con el propósito de promover en el estudiante el logro de niveles más elevados de comprensión, mediante diversas ayudas didácticas y conexiones entre disciplinas que permitan la construcción de conocimiento y la creación de una red mental para ubicar ese conocimiento en un mapa integrado de saberes.

Los enfoques pedagógicos y didácticos del programa están determinados, en primer lugar, por el Proyecto Educativo Institucional (Acuerdo 021 del 2021) y la Política Curricular (Acuerdo 006 de 2003), en los que se contempla que el enfoque pedagógico de la Universidad Francisco de Paula

Santander es el Dialógico – Critico y que el diseño curricular debe estar guiado por los propósitos de formación y estos, a su vez, deben propiciar la interdisciplinariedad, la flexibilidad y la actualización continua a partir del análisis de las necesidades del contexto. Por lo tanto, en el Proyecto Educativo Institucional (2021) se propone:

> "El enfoque pedagógico dialógico y crítico es una corriente pedagógica pluralista e inclusiva, que asume el acto pedagógico como un ejercicio ético, creativo, dialogante y transformador; reconoce al estudiante en sus múltiples dimensiones humanas como constructor protagonista de su propio aprendizaje, y destaca la función del docente como orientador y guía del proceso educativo.
>
> Por lo tanto la pregunta no se formula sobre qué se debe hacer para enseñar, sino sobre qué se debe hacer como maestro para que los estudiantes APRENDAN más y mejor. El acto de aprender no es un ejercicio mecánico de transmisión, memorización y repetición de contenidos, es un ejercicio crítico, creativo, dialógico y complejo en el que intervienen todas las dimensiones del ser humano: sentir, ser, saber, hacer, transformar." (p. 40)

En este contexto la dinámica de la relación entre el profesor y el estudiante, se fundamentan en la comprensión y reconocimiento del otro, como punto de partida para posibilitar la reflexión, la discusión crítica y el desarrollo de las potencialidades humanas.

Algunos principios que enmarcan la formación en el enfoque pedagógico dialógico crítico son entender la pedagógica como un acto ético, creativo y transformador enfocado a la formación integral del ser humano, en el cual el centro del proceso formativo es el ser humano en sus múltiples dimensiones y complejidades. Aquí la pedagógica es entendida como un proceso subjetivo e intersubjetivo de carácter creativo, dialogante y crítico en permanente cambio, en razón a que "los sujetos de manera autónoma desarrollan sus actividades formativas, en un ambiente de aprendizaje que facilita la construcción colectiva del conocimiento, a través del trabajo cooperativo, la discusión y la crítica constructiva, el intercambio de ideas, la autoevaluación y la evaluación entre pares (coevaluación)" (PEI, 2021, p. 41-42)

El Proyecto Educativo Institucional entiende el diálogo y la crítica como actividades propositivas que van más allá de los cuestionamientos, juicios y valoraciones, aquí el maestro es un orientador y provocador de aprendizajes; como investigador analiza y resuelve problemas para hacer comprensible el asunto problemático; tiene habilidades para seleccionar los temas, elegir los recursos para apoyar la clase, la metodología y en especial, sabe escuchar, comprender y motivar a sus estudiantes.

4.6 Investigación Formativa

Comprometido con el aseguramiento de los procesos de calidad y la promoción de una cultura investigativa, el Programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander forma profesionales críticos y analíticos teniendo la investigación como eje articulador de los procesos de enseñanza-aprendizaje; el Programa integra la investigación en el aula, así como una serie de cursos que procuran dar un inicio al proceso de investigación en una temática particular de la comunicación.

En cada uno de los cursos se practica la investigación formativa en la medida en que el estudiante desarrolla habilidades que le permiten aprender a aprender, cuando analiza documentos para extraer de ellos conceptos o esquemas teóricos, cuando observa la realidad para determinar de qué forma la teoría le ayuda a comprenderla y transformarla, cuando logra emitir un juicio o esbozar una explicación de los objetos de estudio de la comunicación ayudado por su proceso de observación, análisis y correlación con la teoría.

Para formar en investigación, el Programa de Comunicación Social se ha articulado alrededor de cinco líneas:

Línea 1, Comunicación para el cambio social:

La comunicación entendida como proceso se encuentra inmersa en las dinámicas sociales y políticas del desarrollo, desde esta mirada ha sido empleada como herramienta de dominación para reproducir relaciones desiguales de poder. En el ejercicio crítico derivado de los estudios culturales de las últimas décadas esta visión de la comunicación se ha transformado desde el enfoque de derechos y de participación ciudadana, para dar paso a una comunicación dialogante que busca crear espacios de encuentro en los que las comunidades puedan ser actores de su propio cambio. En esta línea de investigación socio crítica se enmarcan diversos sub campos de la comunicación entre ellos: comunicación y salud, comunicación y medio ambiente, comunicación y movimientos sociales, estudios socio culturales, comunicación popular, comunitaria y ciudadana.

Línea 2, Comunicación, lenguaje, discurso y poder:

Tomando el modelo de Laswell este campo de estudio de la comunicación se enfoca en analizar "¿***quién dice qué en qué canal a quién y con qué efecto***?". El ***"quién"*** se refiere a los emisores, las industrias culturales, los medios entendidos como empresas al servicio de sus propietarios, y en la era digital, los productores de contenido, desde esta línea algunos estudios sobre este sub campo son los estudios sobre la historia de los medios, ética, ejercicio periodístico, sociología de las profesionales, líderes de opinión, influencers, comunicación política, ética. ***"dice que"*** se refiere a los estudios sobre los productos mediáticos y el estudio de los mismos (telenovelas, cine, prensa, radio, etc), en estos estudios ha sido prolífico el surgimiento de metodologías como el análisis de contenido, análisis del discurso, análisis semióticos de la imagen, teoría fílmica y representaciones sociales. ***"en qué canal"*** se refiere al estudio del medio como canal en su sentido estricto la lecturabilidad (prensa) o usabilidad e interactividad de los medios (especialmente digitales) para facilitar su consumo por parte de las audiencias para impactar en el rating. ***"a quién"*** enmarca los estudios de audiencias, la recepción de contenidos mediáticos, consumo cultural, mediaciones, usos, gratificaciones y apropiaciones de tales contenidos lo que implica analizar también ***"con qué efecto"***. En la línea de comunicación, lenguajes, discurso y poder se retoman los aprendizajes de las teorías fundantes de la comunicación (escuela norteamericana, escuela crítica, escuela culturológica y comunicación digital) para analizar procesos y productos comunicativos en diferentes plataformas y formatos.

Línea 3, Comunicación, planificación y gestión:

Al abordar la comunicación como proceso al interior de las organizaciones y comunidades, el campo se nutre de teorías de la administración, la gerencia, las relaciones públicas, el márquetin la publicidad. En este sentido, el comunicador social es un gestor de la comunicación que analiza de forma crítica y participativa organizaciones y comunidades para planificar estratégicamente los procesos comunicativos, lo que implica que reconozca los fundamentos teóricos de la comunicación en función de la estructura organizacional, identifique los procesos comunicativos, planee y cree estratégicamente procesos y estrategias de comunicación y tenga la capacidad de evaluar el impacto de tales acciones. En esta línea se abordan los estudios de la comunicación interna y externa de las organizaciones, el impacto de la comunicación en su cultura, la promoción de su imagen y marca, entre otros.

Línea 4. Comunicación digital, periodismo y nuevas narrativas mediáticas

Esta línea analiza la evolución del periodismo en el contexto de las plataformas digitales, incluyendo el desarrollo de nuevos géneros narrativos adaptados a los entornos digitales. Así mismo, explora los cambios en las formas de interacción, producción y consumo de contenido mediático impulsados por las tecnologías digitales. Con la creciente penetración de internet, redes sociales y plataformas digitales, las prácticas comunicativas han evolucionado hacia una lógica de inmediatez, personalización y participación activa.

Este campo de estudio es fundamental para entender fenómenos como la desinformación, los algoritmos en la creación de burbujas informativas, y el impacto de la inteligencia artificial en los procesos comunicativos. Así mismo, esta línea se orienta a analizar cómo las organizaciones, medios y comunidades utilizan estas herramientas para generar narrativas, influir en la opinión pública y construir nuevas formas de interacción social.

Línea 5. Comunicación intercultural, perspectivas de género y diversidad

Explora cómo las prácticas comunicativas pueden adaptarse y ser eficaces en contextos multiculturales, promoviendo la inclusión, el respeto por la diversidad cultural y la resolución de conflictos. Igualmente, busca analizar las desigualdades de género y las experiencias de mujeres y personas de la comunidad LGBTI+ en distintos contextos socioculturales.

A través de un enfoque interdisciplinario, se busca visibilizar las barreras estructurales, los discursos discriminatorios y las formas de exclusión que enfrentan estos grupos, así como destacar sus contribuciones en la construcción de una sociedad más equitativa. Además, este campo permite abordar temas emergentes como la representación mediática de la diversidad, la participación política de mujeres y personas LGBTI+, y las iniciativas comunitarias que promueven la inclusión y el respeto por los derechos humanos.

Tabla 9 Cursos que apoyan la formación en investigación

Semestre	Curso
IV	Epistemología
V	Investigación Social
VI	Tutoría de Proyecto I Seminario Integrador I
VII	Tutoría de Proyecto II Seminario Integrador II

4.7 Extensión

Las funciones misionales de la UFPS establecidas en el Proyecto Educativo Institucional (Acuerdo 021 del 2021) y en la Política de Extensión (Acuerdo N.º 082 de 2011), orientan su accionar a la docencia, investigación y extensión, especialmente a la formación de profesionales comprometidos con la búsqueda de soluciones a las problemáticas de su entorno, entiendo que la universidad es un centro de desarrollo cultural de la región. El PEI articula estos procesos de extensión y proyección social estableciendo como eje la relación Universidad-Sociedad-Estado y toma como línea estratégica de responsabilidad social las acciones de ***extensión y proyección***, impacto del ***egresado*** **y** ***educación continuada***.

La relación con el sector externo se propone como objetivo principal reconocer características, cultura, potencialidades, necesidades y demandas del medio externo, para abrir formas flexibles de interacción con los sectores sociales, con los gobiernos locales y nacionales, con los organismos no gubernamentales, con las organizaciones populares y con el sector productivo. A través de: programas innovadores de educación continuada, la consolidación de actividades de impacto social y empresarial y los programas de apoyo en los diferentes sectores estratégicos en labores de educación permanente, asesoría, consultoría, asistencia técnica y servicios académicos.

Estas acciones se articulan en ***educación continuada*** **y** ***servicios*** que cada programa ofrece a la comunidad en general como escenario para poner en práctica o perfeccionar los saberes de su comunidad educativa (estudiantes, docentes, graduados, comunidad en general)

Mecanismos y estrategias para la vinculación del programa con el sector externo

Consecuente con el Acuerdo N° 082 del 15 de diciembre de 2011, se establece la política de Extensión y Proyección Social de la Universidad Francisco de Paula Santander: "La UFPS en su compromiso social, lidera proyectos de extensión o proyección social que reflejen una integración con la comunidad, las organizaciones sociales, el Sector Productivo, el Estado, la Academia, las Organizaciones de Cooperación y las Instituciones, a través de educación permanente, planes de capacitación institucional, servicios tecnológicos, actividades con egresados, emprendimiento, convenios interinstitucionales y prácticas – pasantías, con el fin de contribuir a la transformación social y a la mejora de la calidad de vida de la población".

Compromiso sobre el cual se trabajará manteniendo constancia para desarrollar y aplicar, de manera ética y crítica, proyectos en el sector externo para el aporte, no solo a la solución de los problemas de la sociedad, sino también concretar alternativas de solución a las necesidades y realidades del ser humano.

Educación Continuada: está constituida por el conjunto de actividades de enseñanza aprendizaje debidamente organizadas, ofrecidas con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales, no conducente a título y sin sujeción a los niveles y grados establecidos en el Sistema de Educación para el Desarrollo Humano. En este sentido, el Programa de Comunicación Social de la UFPS se plantea el diseño y ejecución de

diplomados y cursos de profundización que permitan mantener actualizados a sus miembros, pero también a la comunidad en general, sobre temas de comunicación.

Aunado a lo anterior, el programa académico, atendiendo las necesidades del sector productivo y respondiendo a las tendencias nacionales e internacionales, se brindan espacios de formación a través de cursos cortos como fotografía digital, marketing en redes, administración de contenido, diseño web, entre otros; que brinden actualización constante a estudiantes y graduados del plan de estudios de Comunicación Social.

Proyectos de Aula: el Programa de Comunicación Social de la UFPS ha desarrollado una serie de actividades que, en concordancia con los intereses académicos e investigativos contemplados en el plan de estudios, ha pretendido acercar el proceso de formación de los estudiantes a las necesidades de la comunidad y del entorno. Para ello, el desarrollo del micro currículo de algunos cursos plantea la articulación entre la teoría y la práctica, realizando proyectos que intervienen diversos escenarios del entorno regional y binacional.

Asesorías en Comunicación: en esta área el programa busca centralizar la experiencia y conocimiento de los docentes que, acompañados por un grupo de estudiantes, orienten y apoyen la asesoría en proyectos y procesos comunicacionales en medios, comunicación corporativa o comunicación para el cambio social a la comunidad universitaria y a las empresas locales y regionales.

Prácticas Profesionales: Desde el curso de Práctica Profesional, el programa de Comunicación Social responde a la necesidad de brindar a los estudiantes un acercamiento a la realidad profesional con el fin de fortalecer sus competencias académicas y humanas, dentro de espacios que permitan que estos continúen su etapa de formación como profesionales socialmente responsables, con capacidad para investigar, diseñar y realizar procesos de comunicación en y desde las organizaciones, las comunidades y medios de comunicación masiva a nivel regional, nacional e internacional.

Objetivos del plan de extensión:

Objetivo general:

Mantener una relación activa con estudiantes, docentes, egresados y sector productivo a través de la oferta de servicios de consultoría en comunicación y educación continuada.

Objetivos específicos:

Desarrollar espacios de extensión e investigación que permitan vincular a estudiantes y docentes con las comunidades, para optimizar los procesos comunicativos al interior de las organizaciones.

Generar alianzas con el sector productivo y académico que permitan ampliar los escenarios de intervención con comunidades académicas e investigativas en el ámbito de la comunicación.

Generar espacios de educación continuada para dar respuesta a las necesidades del entorno, que permitan la difusión social del conocimiento en la comunidad en general, sector productivo, graduados, estudiantes y docentes del programa.

Tabla 10 Portafolio de servicios

	Nombre Servicio	Descripción del servicio
Educación Continua	Cursos de profundización	Los programas académicos ofertan a sus estudiantes cursos de profundización académica como opción de Proyecto de Grado. Las temáticas a ofertar en el curso deben ser diferentes a las trabajadas en las asignaturas y permitirle profundizar en sus conocimientos profesionales específicos. Estos se ofertan según la demanda del estudiantado. Ejemplos de temáticas: Redacción asertiva del periodismo o community management del sector empresarial.
	Diplomados	Los diplomados son ofertados a la comunidad en general, en especial graduados del programa con interés en profundizar sus estudios en el área de formación. El programa se propone ofertar esta modalidad de educación continuada con miras a fortalecer las competencias de sus graduados en aquellas áreas que demande su ejercicio profesional. Ejemplos de temáticas: Marketing digital o escritura creativa audiovisual.
Jornadas Académicas e investigativas	Congreso APIRA	El Congreso APIRA es un evento propio de Comunicación Social, sirviendo como espacio de encuentro con la comunidad académica del programa, estudiantes, docentes, graduados y sector productivo, cuyo objetivo es la actualización en los diferentes campos de ejercicio profesional del comunicador, así como un espacio para la muestra de productos comunicacionales desde el cuerpo estudiantil y la difusión social del conocimiento para profesionales e investigadores en el área.
	Invitados externos (conferencias) - Clases espejo	Encuentro de carácter académico entre estudiantes y docentes de otras instituciones de educación superior con el fin de compartir temas de interés en coherencia con el programa y la asignatura desde donde se plantea.
Proyecto Investigación – Extensión	Relación con el sector externo	Desde los escenarios de práctica, los estudiantes no solo responden al compromiso del quehacer del comunicador social, sino también dejan huella útil a partir de productos

		que permiten dar una continuidad en el tiempo y en sus procesos, con ello se hace un impacto positivo y medible.

4.8 Mecanismos de seguimiento al egresado

Además de las actividades y programas que desarrolla la Oficina del Egresado de la Vicerrectoría de Bienestar Universitario, el programa de Comunicación Social dentro de sus diferentes actividades académicas y de extensión fortalece la relación con los egresados a través de:

Actividades académicas e investigativas: los graduados participan en las actividades académicas, encuentros, semilleros de investigación y encuentros anuales de Ápira.

Actividades de autoevaluación: Los conocimientos de los graduados son tenidos en cuenta en los procesos de autoevaluación a través de encuestas y grupos focales en los que se consulta sobre su experiencia profesional y recomendaciones de mejora hacía el programa.

Encuesta de situación laboral del egresado: de forma periódica se realiza un estudio de seguimiento a la situación del graduado en cuanto a su vinculación laboral.

Participación del egresado en el comité curricular del programa: Cabe destacar que de forma permanente se tiene la participación de un graduado como representante ante el comité curricular del programa, comité que es renovado cada dos años para dar la oportunidad a nuevos graduados de asumir este rol.

4.9 Evaluación del programa

El programa de Comunicación Social considera la evaluación como un proceso sistemático y permanente, enfocado en analizar y valorar tanto su quehacer académico como los aspectos curriculares que lo sustentan. Este proceso tiene como objetivo identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora en sus planes de estudio, metodologías de enseñanza y contenidos, promoviendo una optimización constante de sus prácticas para garantizar una formación integral y de calidad en estudiantes y egresados.

En este marco de acción, el Programa lleva a cabo procesos de evaluación continua de su gestión a través de los comités de práctica, investigación y resultados de aprendizaje. Estos comités tienen como función apoyar al comité curricular en la administración del currículo del Programa, abarcando aspectos clave como el diseño, la supervisión del desarrollo y la evaluación, indispensables para su correcto funcionamiento.

Comité de práctica profesional

El Comité de Prácticas Profesionales está conformado por el/la coordinador(a) del comité curricular, el/la coordinador(a) de prácticas profesionales, los docentes responsables de los cursos y dos estudiantes de octavo semestre. Este comité tiene la responsabilidad de diseñar y estructurar el programa de prácticas, garantizando que esté alineado con los objetivos del currículo, las

competencias y los resultados de aprendizaje exigidos por el campo profesional. Entre sus funciones se incluyen la definición de criterios para la selección de los lugares de práctica, la elaboración de convenios con organizaciones y la creación de lineamientos que orienten tanto a los estudiantes como a los tutores en el desarrollo de las actividades prácticas.

El comité también supervisa el desempeño de los estudiantes a lo largo de sus prácticas profesionales, asegurando el cumplimiento de los objetivos establecidos. Entre sus funciones está monitorear el progreso individual mediante los tutores asignados, brindar orientación en caso de dificultades y actuar como enlace entre los estudiantes y las instituciones receptoras. Este rol garantiza que ambas partes cumplan con los acuerdos establecidos y que la experiencia sea enriquecedora y beneficiosa para todos los involucrados.

Asimismo, el comité evalúa los resultados de las prácticas profesionales mediante la recopilación y el análisis de información sobre la experiencia de los estudiantes, el impacto en las instituciones receptoras y el desarrollo de las competencias previstas. Con base en estos datos, se proponen mejoras al programa, como la incorporación de nuevas metodologías, la diversificación de los campos de acción y el fortalecimiento de los vínculos con el sector profesional, asegurando así su relevancia y efectividad.

Comité de investigación

El Comité de Investigación está integrado por el/la coordinador(a) del comité curricular, el/la coordinador(a) de investigación, los docentes responsables de los cursos, y dos estudiantes de sexto y séptimo semestre. Su principal propósito es fomentar una cultura de investigación dentro del programa académico, promoviendo la integración de estudiantes y docentes en la construcción de conocimiento relevante. Entre sus funciones destaca la identificación de líneas de investigación prioritarias que estén alineadas con los objetivos del programa, las necesidades sociales, y las tendencias globales emergentes. Además, este comité diseña y coordina actividades específicas, como talleres, seminarios y jornadas de investigación, que motiven la participación activa de la comunidad académica en proyectos significativos.

Asimismo, el Comité de Investigación tiene la responsabilidad de fortalecer las competencias investigativas tanto de los estudiantes como de los docentes. Para ello, organiza programas de formación especializados que incluyen capacitación en metodologías de investigación, análisis de datos, y publicación académica. Estas acciones no solo impulsan el desarrollo académico del programa, sino que también contribuyen al posicionamiento del mismo a nivel regional y nacional, fortaleciendo su impacto en la sociedad.

Adicionalmente, el comité se encarga de supervisar y dar seguimiento a los proyectos de investigación que se desarrollan dentro del programa. Esto incluye la evaluación inicial de las propuestas, verificando su viabilidad, pertinencia y coherencia con las prioridades académicas y sociales. Durante el desarrollo de los proyectos, el comité trabaja en conjunto con los docentes tutores para garantizar un acompañamiento adecuado a los estudiantes, promoviendo la calidad y el rigor académico. Además, el comité vela por el cumplimiento de los estándares éticos y de calidad establecidos, asegurándose de que las investigaciones no solo sean relevantes, sino también responsables y sostenibles en sus enfoques.

Comité de resultados de aprendizaje.

El Comité de Resultados de Aprendizaje está conformado por el/la coordinador(a) del comité curricular, el/la coordinador(a) de resultados de aprendizaje, los docentes responsables de las asignaturas involucradas en la iniciativa y un estudiante representante de tercero, quinto y séptimo semestre. Este espacio académico tiene como propósito principal monitorear y evaluar los logros alcanzados por los estudiantes en relación con las competencias establecidas en el plan de estudios del programa.

Para cumplir con esta labor, el comité diseñó una estrategia académica denominada "proyecto común", que consiste en un enfoque interdisciplinario destinado a evaluar los resultados de aprendizaje de manera integral. Este ejercicio permite verificar si los objetivos de aprendizaje se están logrando de forma efectiva y, al mismo tiempo, identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la formación académica de los estudiantes.

Otra función clave del comité es garantizar que los resultados de aprendizaje estén alineados con el diseño curricular y los objetivos del programa. Esto incluye proponer ajustes en los contenidos, metodologías y estrategias de evaluación, asegurando que los estudiantes desarrollen las competencias necesarias. Además, el comité promueve una mejora continua mediante la revisión periódica de las metas educativas y la incorporación de buenas prácticas pedagógicas.

Adicionalmente, el comité aporta información basada en evidencia sobre el desempeño estudiantil y la efectividad de las estrategias pedagógicas, facilitando la toma de decisiones fundamentadas para optimizar la calidad del programa. Además, se encarga de comunicar los resultados a todos los actores involucrados, incluidos estudiantes, profesores y entidades externas, asegurando la transparencia y promoviendo la cultura de evaluación dentro del programa.

Así mismo, se propone desarrollar la evaluación curricular del programa a través de mesas de trabajo en la cual participan de forma colaborativa docentes, estudiantes, egresados y el sector productivo. Este enfoque interdisciplinario permite una evaluación más holística y multifacética del mismo. Este ejercicio, permite a través de discusiones y análisis compartidos identificar fortalezas y debilidades en el currículo, así como áreas de oportunidad para la mejora.

El análisis resultante de estas mesas de trabajo incluye recomendaciones concretas para actualizar y adaptar el currículo a las demandas cambiantes del mercado laboral y las necesidades de los estudiantes y egresados. Además, promueve la retroalimentación continua entre los diferentes actores del programa académico, fortaleciendo la integración de la teoría con la práctica y asegurando que el currículo esté alineado con las expectativas y realidades actuales del entorno profesional. Al involucrar a todos los grupos interesados, se fomenta un compromiso compartido con el éxito del programa y se crea un mecanismo dinámico para el seguimiento y evaluación continua de su pertinencia y eficacia.

Finalmente, el Programa de Comunicación Social realiza acciones que dan cumplimiento a los procesos institucionales de autoevaluación, siendo las principales la autoevaluación con fines de renovación de registro calificado, autoevaluación con fines de acreditación y reacreditación de

calidad, de conformidad con lo establecido por la Vicerrectoría de investigación y en concordancia con el (Decreto 1330, 2019), las condiciones de programa especificadas en la (Resolución 21795, 2020) y las condiciones de alta calidad establecidas en el (Acuerdo 02, 2020).

Estos procesos se desarrollan integrando a todos los miembros de la comunidad académica del Programa, mediante encuestas, seminarios, talleres y, en especial, en la articulación del Comité de Autoevaluación como una extensión del Comité Curricular de Programa e integrado por representantes de los estudiantes, egresados, docentes, administrativos y directivos.

Estas acciones se constituyen en mecanismos para el seguimiento, evaluación y mejoramiento continuo de los procesos y logros del Programa y la evaluación de su pertinencia para la sociedad.

Para hacer seguimiento a la autoevaluación de los programas y su cumplimiento de lo requerido por el Ministerio de Educación, la Vicerrectoría Académica de la UFPS verifica los procesos de aseguramiento de la calidad mediante el proceso de Renovación de Licencia Interna de Funcionamiento Acuerdo 034 del 10 de 2011, Acuerdo 007 de 2018), documento que contiene los requisitos mínimos de funcionamiento establecidos para el registro calificado. Este proceso es solicitado cada dos años por la institución para avalar el funcionamiento de cada programa y tiene como propósito fundamental prepararlos para asumir la renovación de sus registros calificados y la acreditación de alta calidad, a la vez que mantiene activos los procesos de mejoramiento continuo.

Recursos físicos y de apoyo a la docencia

Entre los recursos de apoyo a la docencia se destaca la labor de la División de Sistemas UFPS, quienes han desarrollado plataformas que apoyan los procesos de aprendizaje y gestión de información nivel institucional.

Divisist 2.0: permite crear perfiles a estudiante, docente, y director de plan de estudios, para la gestión de información documental sobre matricula financiera y académica, entre otras funciones.

Plataforma de Apoyo a la Docencia – PLAD: a manera de Moodle, permite a los docentes registrar la información y actividades de cada curso a su cargo, a su vez los estudiantes ingresan a los cursos, consultan el material y participar en actividades de forma sincrónica y asincrónica.

Otros sistemas son: Sistema de Información SIA para el personal administrativo; el Sistema de Información Personal (SIP) y el Sistema de Información de Inventarios (SII), DatarSoft funciona a manera de intranet institucional y permite el envío de memorandos y comunicados entre dependencias

Para el programa de Comunicación Social el Centro de Comunicaciones y Medios Audiovisuales – CECOM, además de ser la dependencia que presta servicios de apoyo en el área de prensa, comunicación interna/externa y producción/emisión de medios a todas las dependencias académicas y administrativas de la institución; es un escenario de interacción para los estudiantes como laboratorio de los cursos relacionados con la producción mediática.

Tabla 11: Medios de Comunicación Institucional

MEDIO INSTITUCIONAL	UBICACIÓN EN LA WEB
Página web institucional	https://ww2.ufps.edu.co/
Perfil Facebook	https://www.facebook.com/Ufps.edu.co/
Perfil Twitter	https://twitter.com/UFPSCUCUTA
Perfil YouTube	https://www.youtube.com/channel/UCgPz-qqaAk4lbHfr0XH3k2g
Perfil Instagram	https://www.instagram.com/ufpscucuta/
UFPS Radio 95.2	https://radio.ufps.edu.co/
Boletín digital *Siente la U*	http://www.ufps.edu.co/ufpsnuevo/sientelau/index2.php

Equipos y mobiliario

El programa cuenta con un espacio físico (edificio) de 4 pisos donde se encuentran: oficina de Dirección del programa, la sala de profesores, auditorio principal, sala de tutorías, aulas de clase, laboratorios y en fase inicial para aprobación de recurso y posterior construcción, del auditorio taller. A continuación, se relacionan los espacios definidos como laboratorio y que sustentan su quehacer académico:

Tabla 12 Laboratorios

Nombre laboratorio	**Cantidad**	**Ubicación**	**Descripción**
Laboratorio de Tratamiento de la Imagen (SG-205)	1	Edificio Comunicación Social (Bloque SG)-segundo piso	Laboratorio destinado para veinte (20) puestos de trabajo.
Laboratorio de Postproducción Multimedia No. 1: MAC (SG-203)	1	Edificio Comunicación Social (Bloque SG)-segundo piso	Laboratorio para treinta y cinco (35) puestos de trabajo con equipos iMac de 24 pulgadas y software de edición no lineal Final Cut PRO o Adobe Premiere. Cuenta con catorce (14) equipos MAC.
Laboratorio de Postproducción Multimedia No. 2: PC (SG-204)	1	Edificio Comunicación Social (Bloque SG)-segundo piso	Laboratorio destinado para treinta y cinco (35) puestos de trabajo con equipos PC y software de diseño gráfico y retoque digital.
Auditorio taller (SG-404)	1	Edificio Comunicación Social (Bloque SG)-cuarto piso	Este espacio servirá como apoyo al desarrollo de los postgrados en comunicación, actividades académicas propias del programa y prácticas en cursos como Creatividad y Expresión

			Corporal. Se encuentra en fase inicial.
Laboratorio audiovisual	1	Edificio del Cread - primer piso	Este espacio es administrado por el Centro de Comunicaciones - Cecom, y cuenta con un estudio profesional con capacidad para convertirse en set de grabación, allí se pueden realizar proyectos audiovisuales en interiores, hacer uso de luces y manejo del audio.
Laboratorio radial	1	Edificio del Cread - primer piso	La Universidad cuenta con la emisora institucional en el dial 95.2 permite el uso de la cabina principal, adecuada para el desarrollo profesional de personal adscrito al Centro de Comunicaciones y estudiantes del programa; así mismo, tiene la cabina alterna, que permite el registro sonoro de calidad profesional, editar y realizar preproducción de sonido.

Para el desarrollo del currículo se cuenta con laboratorios específicos para pre, pro y postproducción de audio, multimedia y tratamiento de la imagen, es el caso de los laboratorios de producción multimedia, tratamiento de la imagen, emisora institucional y laboratorio audiovisual.

Los equipos de cómputo cuentan con licencias de adobe, aportando en gran medida al desarrollo de la línea de medios que inicia en 1er semestre y finaliza en 7mo. Adicional a ello, se encuentra en fase inicial, la aprobación de recursos para la construcción del Auditorio Taller, que servirá como soporte al desarrollo de los postgrados en Comunicación y de cursos como Creatividad y Expresión Corporal y la electiva de Protocolo.

Por otra parte, el programa cuenta con recursos de grabación sonora y audiovisual, que sirven de soporte a los cursos de Fotografía, Radio I y II, Redacción y Géneros Audiovisual, Producción Audiovisual, Comunicación Digital, Campañas Institucionales, Diseño Gráfico, Redacción y Género Periodísticos. A continuación, la relación de equipos para este desarrollo.

Tabla 13 Relación de equipos - Comunicación Social

CANTIDAD	EQUIPO
2	Cámaras Canon 80D
1	Cámara Canon Rebel SL2
1	Cámara Nikon D 3300
2	Trípodes de Brazo
6	Trípodes para cámara
2	Bombillos Led Grandes
10	Sombrillas para luces

1	Portátil Intel E 203 TBCL 232 A
3	Portátil HP
2	Steady Cam
2	Flex
2	Micrófono de Solapa
2	Micrófono Takstar SGC 598
4	Video Beam Epsom
1	Tablet Samsung conectividad wifi
2	Tablet Pantalla 10" Lenovo conectividad wifi
2	Kit de Iluminación 800WTZ
30	Computadores PC
14	Computadores MAC
1	Impresora laser HP

Respecto a la herramientas tecnológicas, la Universidad desarrolló la ***Plataforma Institucional de Apoyo a la Docencia - PLAD,*** en el soporte web https://divisist2.ufps.edu.co/ que facilita la interacción estudiante – docente y permite la creación de grupos y chat virtuales, además de compartir contenidos que complementan el proceso de aprendizaje. La ***plataforma Divisit 2.0*** https://ww2.ufps.edu.co/unoticia/-divisit-academico- administrativo, por su parte, facilita la información para el mejoramiento de los procedimientos y trámites docentes, además de la consolidación de información estadística para apoyar los procesos de autoevaluación de los programas.

Otros recursos físicos a disposición del programa son los de la Biblioteca Eduardo Cote Lamus, que cataloga, clasifica y pone a disposición de sus usuarios 14 salas de lectura distribuidas en un área cercana a los 3.780 metros cuadrados y una capacidad de 720 personas, cuenta con más de 42 mil volúmenes en material bibliográfico organizado según la clasificación Dewey.

Además de los recursos físicos, la biblioteca cuenta con recursos digitales, el portal web permite la consulta del catálogo público, reserva de turno en sala virtual, reserva del auditorio, material bibliográfico, solicitud de adquisición de libros, realizar consulta en bases de datos, enlaces a repositorios institucionales, bibliotecas digitales, bases de datos de libre acceso y empresas editoriales, formulario electrónico para solicitud de beca trabajo e incluso un módulo para el auto archivo de tesis y trabajos de grado entre otros. (http://www.ufps.edu.co; http://alejandria.ufps.edu.co), así mismo ofrece acceso a 17 bases de datos por suscripción.

5. PLAN OPERATIVO

Procesos misionales	Proyectos	Metas	Estrategias	Costo	Responsable	Indicador evaluador
Docencia	Docentes de tiempo completo vinculados al programa	Gestionar la vinculación de 1 docente de planta en el año 2023	Gestión ante las directivas institucionales	$396.000.000	Oficina de Recursos Humanos – Rectoría – Dirección de programa	Número de docentes de tiempo completo vinculados al programa anualmente
	Capacitación docente	Realizar una capacitación semestral a docentes del programa en temáticas relacionadas con los ejes disciplinares.	Jornada de capacitación	$2.705.995	Dirección del programa	Número de capacitaciones realizadas
Investigación	Consolidación de la producción científica	Realizar jornadas anuales de actualización en el campo de estudio	Realizar jornadas anuales de actualización en el campo de estudio del programa	$12.299.982	Dirección del programa – Comité Curricular del programa	Número de artículos publicados Número de eventos académicos realizados
	Formación investigativa	Mantener la categorización del grupo de investigación por MinCiencias Mantener el funcionamiento de los semilleros de investigación del programa	Realizar seguimiento a los planes de acción de los grupos del programa	$29.622.734	Director de grupo – directores de semilleros	Informes semestrales de grupo y semillero
Extensión	Relación con los graduados	Fortalecer las acciones de comunicación con el egresado. Diseñar actividades permanentes para egresados.	Actualizar la base de datos de egresados. Difundir en los canales del Programa los reconocimientos y premios de los egresados	$2.705.995	Dirección del programa – Comité Curricular del programa	Número de actividades realizadas con graduados

Referencias

Acuerdo 02 (Consejo Nacional de Educación Superior CESU 1 de julio de 2020). Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-399567_recurso_1.pdf

AFACOM, E. I. (20 de abril de 2004). *Marco de fundamentación y especificaciones de la prueba*.

AFACOM, E. I. (s.f.). *ECAES- ICFES. AFACOM. Marco de fundamentación y especificaciones de la prueba*.

AFACOM, E. I. (s.f.). *Marco de fundamentación y espcificaciones de la prueba.*

Álvarez-Monsiváis, E. (2020). Narrativa web en las noticias sobre celebridades: sintaxis multimedia y redes sociales como fuente de información. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 26*(1), 1 -12 . Obtenido de https://revistas.ucm.es

Andión Gamboa, M. (2019). *Universidad nodo : modelo para la formación de comunicadores en la era digital.* México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, DCSH/UAM-X.

Barrios Rubio, A. (2014). El comunicador en el entorno digital. *CUADERNOS.INFO*(34), 165 - 181. Obtenido de https://www.scielo.cl/pdf/cinfo/n34/art13.pdf

Bracho, L. (29 de Mayo de 2020). *Florida Global University USA.* Obtenido de Cualidades de un Comunicador Digital: https://floridaglobal.university/cualidades-de-un-comunicador-digital/?lang=en

Burgos García, O. (25 de Noviembre de 2013). *Narrativa transmedia: múltiples medios múltiples plataformas... una gran historia*. Obtenido de UCAB Media Lab: http://apps.ucab.edu.ve/medialab/blog/2013/11/25/narrativa-transmedia-multiples-medios-multiples-plataformas-una-gran-historia/

Castillo Acero, E., & Araque Alfonso, A. (S.F.). *El comunicador y sus retos frente a la comunicación digital.* Obtenido de Ucompensar: https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2351/1.%20El%20comunicador%20y%20sus%20retos%20frente%20a%20la%20comunicaci%C3%B3n%20digital%20-%20art%C3%ADculo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cebrián-Herreros, M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. *Revista Comunicar 33: Cibermedios y medios móviles, 17*, 15 - 24. Obtenido de https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=33-2009-03

Costa Sánchez, C., & Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO. 14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes, 10*(2), 102 - 125. Obtenido de https://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/156

David Perkins. (1999). Qué es la comprensión? En D. Perkins, *La Enseñanza para la comprensión.* Buenos Aires: Paidós.

Decreto 1330 (Ministerio de Educación Nacional, Colombia 25 de julio de 2019). Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-387348_archivo_pdf.pdf

Estebanell Minguell, M. (2000). Interactividad e interacción. *Revista Interuniversitaria de Tecnología Educativa*, 92 - 97. Obtenido de https://studylib.es/doc/4679639/interactividad-e-interacci%C3%B3n

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores . *Comunicar, XIX*(38), 75 - 82. Obtenido de https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-10

Fuentes Navarro, R. (2009). El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación. *Anuario ININCO - Investigaciones de la comunicación , 21*(1), 23 - 42. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/41660583_El_campo_academico_de_la_comunicacion_25_anos_de_fermentacion

FUENTES NAVARRO, Raul. (1997). Retos disciplinarios y posdiscipplinarios para la investigación de la comunicación. En R. Fuentes Navarro, *Retos disciplinarios y posdiscipplinarios para la investigación de la comunicación.*

Galindo Cáceres, J. (2012). Comunicología e ingeniería en comunicación social del conflicto y la articulación. Apuntes para un programa de trabajo en comuniconomía de la comunicación estratégica. *Intersticios sociales* (3), 1-35. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-49642012000100001#:~:text=La%20comunicolog%C3%ADa%2C%20ciencia%20posible%20de,tres%20configuraciones%20y%20dos%20tendencias.

Kemmis, S. 1. (s.f.).

López García, G. (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (Guillermo López García ed.). Valencia: Servei de: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Obtenido de http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf

Martín-Barbero, J., & Rey, G. (1999). La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, 54 - 68. Obtenido de https://journals.openedition.org/revestudsoc/30462

MEN, M., CNA, C., & CONACES, C. (2022). *Una mirada a los resultados de aprendizaje.* Bogotá, octubre de 2021. Obtenido de https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_public/2022-07/Una%20mirada%20a%20los%20resultados%20de%20aprendizaje.pdf

Pujolà, J.-T., & Montmany , B. (S.F.). *Más allá de lo escrito: la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital.* Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/132462234.pdf

Resolución 21795 (Ministerio de Educación Nacional, Colombia 19 de noviembre de 2020). Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-402045_pdf.pdf

Robledo, K. (2016). *Periodismo político transmedia: un nuevo escenario para la consolidación de una profesión tradicional (Tesis de pregrado en Comunicación).* Piura, Perú.: Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2647/INF_201.pdf.txt;jsessionid=CEF3E433E3E7C7995D71318F7780DC5C?sequence=2

S, K. (1998). *El Curriculo: más allá de la teoría de la reproducción* . Madrid: IBIDEM.

VASALLO DE LOPES, María Immacolata y FUENTES NAVARRO, Raúl. (2002). *Comunicación, campo y objeto de estudio.* México.