

Vigilada Mineducación



PROYECTO EDUCATIVO PROGRAMA
COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

**PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA – PEP
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
AÑO 2018**

**DIANA ELIZABETH VARGAS HERNÁNDEZ
ETHNA YANIRA ROMERO GARZÓN
JAIME ALBERTO PULIDO OCHOA
JULIETA MONTOYA ROJAS
LIBIA CAROLINA PINZÓN CAMARGO
MARÍA CATALINA BELTRÁN ZERDA**

**UNIVERSIDAD DE BOYACÁ
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
TUNJA
2018**

CONTENIDO

PRESENTACIÓN

1. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA	8
1.1. Justificación desde las condiciones sociales sistémicas	10
1.2. Justificación desde lo estrictamente comunicacional	12
1.3. Justificación desde el potencial de industrias mediáticas y proyectos comunicacionales.	13
1.4. Justificación desde la investigación y la proyección social	14
2. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA.....	16
3. EL PROGRAMA EN EL CONTEXTO.....	19
3.1. Contexto Internacional.	19
3.2. Contexto Nacional.....	26
3.3. Contexto Regional.....	33
4. IDENTIDAD DEL PROGRAMA.	37
4.1. Misión del Programa.	37
4.2. Visión del Programa.....	39
4.3. Objetivos del Programa.	39
4.3.5.1. Promoción y Divulgación:.....	42
4.3.5.2. Acciones de Proyección Social y Extensión:	42
4.3.5.3. Difusión de las Disciplinas:	42
5. PERFILES	44
5.1. Perfil de Ingreso	44
5.2. Perfil de Egreso	45
5.3. Perfil Ocupacional.....	46

6. MARCO PEDAGÓGICO DEL PROGRAMA.....	47
6.1. Concepción Pedagógica.....	47
6.2. Concepción Curricular.....	51
6.3. Competencias.....	54
6.4. Plan de Estudios.	60
7. INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA	75
7.1. Formación para la Investigación.	75
7.2. Líneas de Investigación.....	75
7.3. Grupos de Investigación.	77
7.4. Semilleros de Investigación.....	78
8. PROYECCIÓN SOCIAL EN EL PROGRAMA.....	84
8.1. Áreas de Interés	85
9. DIFUSIÓN EN EL PROGRAMA	90
9.1. Líneas de Difusión	90
10. INTERNACIONALIZACIÓN EN EL PROGRAMA.....	94
11. ESTRUCTURA ACADÉMICA – ADMINISTRATIVA DEL PROGRAMA.....	103
12. AUTOEVALUACIÓN Y AUTORREGULACIÓN DEL PROGRAMA.....	104
13. PROSPECTIVA DEL PROGRAMA.....	107
BIBLIOGRAFÍA.....	114

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Número de Programas por ubicación geográfica	28
Ilustración 2. Denominación de Programas en Colombia.....	29
Ilustración 3. Áreas del Plan de Estudios.	55
Ilustración 4. Relación de áreas con competencias institucionales y específicas .	56
Ilustración 5. Distribución de Componentes	66
Ilustración 6. Ámbitos de la flexibilización curricular del Programa	71
Ilustración 7. Movilidad Entrante Estudiantes.....	95
Ilustración 8. Procedencia de los estudiantes de intercambio recibidos en el Programa.....	96
Ilustración 9. Movilidad Saliente Estudiantes	97
Ilustración 10. Países Receptores de Movilidad Internacional del Programa 2013-2017	97
Ilustración 12 Estructura académico administrativa del PCSO, 2018.....	103
Ilustración 13. Modelo de Autoevaluación Institucional y del Programa.....	104
Ilustración 14. Procesos de autoevaluación desarrollados por el Programa 2008-2018	105
Ilustración 15. Calificación total autoevaluaciones del Programa procesos de autoevaluación	105
Ilustración 16. Comparación de resultados autoevaluación 2008-2010 y 201710-201810	106

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Ficha del Programa	37
Tabla 2. Modelo Pedagógico de la Universidad de Boyacá	47
Tabla 3. Distribución de la estructura curricular por componentes y subcomponentes	66
Tabla 4. Distribución de Componentes	67
Tabla 5. Estudiantes de Intercambio que han Realizado Cursos en el Programa durante el Período de Autoevaluación	98
Tabla 6. Movilidad Docente Entrante 2016 – 2018	98
Tabla 7. Movilidad Docente Saliente 2016 – 2018	101

PRESENTACIÓN

El Proyecto Educativo del Programa (P.E.P.) de Comunicación Social, abarca generalidades y aspectos fundamentales como antecedentes históricos, misión, visión, objetivos, justificación, lineamientos curriculares, así como programas y proyectos relacionados con el Proyecto Educativo Institucional (PEI).

El documento del P.E.P. contiene los lineamientos, principios fundamentales y políticas del Programa, desde la contextualización, identidad, perfiles, estrategias, proyección, difusión, internacionalización y prospectiva del Programa, entre otros. En cada uno de los factores y características, se presenta una descripción, según corresponde, del perfil de ingreso, egreso y ocupacional que pretende formar el Programa. Así mismo, describe los contextos posibles y las competencias generales y específicas que se pretende, debe alcanzar el egresado para cumplir con las exigencias del ámbito laboral.

Si bien este documento se basa en las políticas y lineamientos del PEI y otros estamentos institucionales, el Programa es autónomo e independiente en el desarrollo de los procesos de formación, con objetivos de aprendizaje articulados con el plan curricular establecido, que puede sugerir cambios o transformaciones, sin que ello afecte las bases y principios fundamentales; todo con el fin de mantener coherencia y concordancia con la identidad del Programa y su correcto desarrollo.

1. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

El fenómeno comunicacional está directamente ligado a la condición social del individuo, de tal manera que el hombre es capaz de socializar únicamente a través del lenguaje (verbal y no verbal), el cual se desarrolla mediante un proceso de comunicación. Con el advenimiento de las comunicaciones electrónicas y el auge del mercadeo audiovisual, la comunicación sociológica comienza su camino hacia la especialización y expansión; es así como desde la década de los veinte en el siglo pasado, con el desarrollo de las telecomunicaciones y la aparición de la radio y la televisión, el proceso comunicativo se va perfeccionando, de tal manera que todas las realidades sociales manifiestas en la cultura, familia, comercio, ciencia, economía, política, religión y educación, entre otras, están mediadas e impulsadas por procesos de comunicación interpersonal, sociológica y cibernética; en este escenario surge el perfil y el carácter de la Comunicación Social como profesión.

Se plantea la necesidad de encarar el estudio del fenómeno comunicacional desde las ciencias sociales, de modo que la disciplina de la Comunicación Social encuentra su objeto de estudio inicial en *“la comunicación de masas, unos sujetos de investigación (intérpretes) y unos problemas de investigación, los cuales pueden resolverse a través de recursos metodológicos de investigación como la interdisciplinariedad, transdisciplinariedad, pluridisciplinariedad y bidisciplinariedad”*¹

Teniendo en cuenta que el desarrollo de las comunidades está directamente relacionado con su cultura, la Universidad de Boyacá y este Programa consideran que el ejercicio de la Comunicación Social debe estar direccionado y liderado por personas con sólidos principios éticos y morales, que además demuestren idoneidad intelectual y profesional, así como un amplio sentido de la responsabilidad social que implica el ejercicio comunicacional, el cual demanda una sólida e integral formación de Comunicadores Sociales, capaces de responder a los retos nacionales y regionales, de propiciar espacios de información, educación, recreación, opinión, reflexión e identidad cultural desde la apropiación honesta y creativa de los medios y sus mediaciones.

El fenómeno comunicativo emerge de las relaciones sociales y su naturaleza es tan cambiante como la sociedad misma. De hecho, todas las sociedades del planeta hacen usos, aprehensiones, transformaciones y proyecciones de sus procesos comunicacionales. En este sentido, Colombia no es la excepción. Desde la Constitución Política Colombiana, en su Artículo número 20 se promueve la libertad

¹ MORAGAS SPÁ, Miguel de. Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa: Gustavo Gili, 1991, p.25.

de expresión y la iniciativa para crear medios de comunicación: *“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”*²

Igualmente, las normas generales de radiodifusión, plasmadas en el Decreto Legislativo 3418 de 1954, Ley 74 de 1966, Decretos 1444, 1445 y 1446 de 1995, Ley 182 de 1995 y Ley 335 de 1996, enfatizan en la importancia y necesidad de propiciar una cultura y unos requerimientos básicos que faciliten el proceso comunicativo. Es así como, desde la misma legislación de comunicaciones, se propende por una democratización y apertura de nuevos medios de comunicación que permitan la representación y participación de las comunidades en este proceso; es el caso de los canales nacionales, regionales y locales de televisión, así como las radios comunitarias, para fortalecer la cultura y la educación, entre otras funciones de los medios, como lo señala el artículo segundo de la Ley 182 de 1995:

*“Los fines del servicio de televisión son formar, educar, informar veraz y objetivamente, y recrear de una manera sana. Con el cumplimiento de los mismos se busca satisfacer las necesidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derecho fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la libertad, la democracia y la paz, propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local ...”*³

En el campo educativo también se reconoce la importancia de la comunicación y la influencia de los medios en la cultura nacional y en la cultura popular; por esta razón el gobierno colombiano ha incorporado a sus pruebas de Estado un componente flexible e interdisciplinar denominado Medios de Comunicación y Cultura. Igualmente es evidente el avance de los periódicos y radios escolares, así como los circuitos cerrados de televisión en planteles de educación básica y secundaria. Estos micromedios se han convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo de los objetivos institucionales de integración y participación de los diferentes estamentos de las comunidades escolares, así como en instrumentos dinamizadores del proceso de enseñanza, aprendizaje y proyección social.

Desde el proyecto de nación, la Comunicación Social y el Periodismo están llamados a cumplir un papel determinante en la transformación social, la resolución política negociada del conflicto armado y la generación de nuevos espacios para la

² Constitución Política de Colombia, 1991

³ Ley 182 de 1995 por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se crea la Comisión Nacional de Televisión.

tolerancia, los valores, la pluralidad, la democracia, la justicia y la convivencia. Frente a este reto, la academia debe ofrecer una respuesta real en la formación de nuevas generaciones de Comunicadores y Periodistas idóneos en el manejo de la información, éticos en el análisis coyuntural y estructural de los conflictos, comprometidos con la orientación honesta de la opinión pública y consecuentes con la promoción y creación de nuevos lenguajes, discursos y medios para la sociedad colombiana.

Las universidades deben igualmente proveer y llenar los vacíos suscitados desde la pedagogía, en temas como el influjo de los contenidos violentos de los medios en la infancia y la juventud, los niveles mediáticos de erosión cultural en las poblaciones receptoras, el empleo didáctico de la televisión, el vídeo, la radio, la prensa, las revistas, los sonovisos, las nuevas tecnologías y los formatos alternativos para el refuerzo de los aprendizajes en el sector escolar de la Educación Básica Primaria y Secundaria, Media Vocacional y Superior.

Se requieren profesionales de la Comunicación que investiguen con criterio científico el impacto desinformativo o informativo de los medios hacia la opinión pública y los referentes de democracia y ciudadanía que el ciudadano corriente construye desde la información recibida. Igualmente, los estudios de audiencia y las apetencias reales de los receptores respecto a temas de interés que permitan que éstos y los medios negocien las agendas informativas y se produzca una retroalimentación más simétrica que la actual.

Se necesitan Comunicadores que propongan creativos formatos para ampliar la banda de participación de la ciudadanía, los niños, las mujeres, las minorías y los excluidos en proyectos colectivos y comunitarios, que fortalezcan la reconstrucción del tejido social desde la discusión plural y franca de temas como los derechos humanos, la injusticia social, las políticas de guerra o de paz de los gobiernos y las estrategias socioeconómicas para el país en el contexto continental y global.

1.1. Justificación desde las condiciones sociales sistémicas

Para comprender que estuviera sobre unos adecuados horizontes formativos, el Programa elaboró un análisis de las tendencias de la comunicación en el contexto local, regional, nacional y global. De ello se pudo develar que, como expresión del mundo contemporáneo, nos encontramos ante lo que algunos llaman un nuevo tipo de sociedad atravesada por el contundente entramado de los medios masivos y los novísimos sistemas de redes de información. Juntos, configuran complejas dinámicas culturales que se reorganizan velozmente y de maneras azarosas.

En esta sociedad de la información, la comunicación y el conocimiento, emergen y se trastocan las clásicas maneras de cómo se constituyen las subjetividades, las formas de ser y estar, las formas del hacer, y las concepciones del tiempo y el espacio. Cambian también las nociones del poder y sus dispositivos para configurar las relaciones y las interacciones, y los lenguajes, los discursos, los relatos y las historias proveen de sentido todos los ámbitos de la vida individual y colectiva.

De otra parte, se establece que el sujeto y la sociedad actuales han construido un nuevo tipo de relaciones con la tecnología. Ésta, pasó de ser simple artefacto y modo de apropiación de los objetos y de la realidad, y pasó a adquirir calidades de entorno, sistema de interacciones, territorio para la negociación de sentido y de mediaciones culturales, y entramado simbólico para la construcción misma de realidades. La virtualidad, por ejemplo, dejó de ser un nivel en el estatus de la realidad para erigirse como la realidad expresada en otras formas.

En el plano nacional, el impacto de una forma hegemónica de globalización (la neoliberal o post-industrial) abrió, como en otros muchos lugares del continente y del mundo, una estampida de fenómenos de reivindicación identitaria de expresiones tradicionalmente invisibilizadas por la cultura de masas. Entonces lo local, lo regional, lo aborígen u originario, lo popular en todas sus facetas; y las diversidades sexuales, políticas, étnicas y artísticas, reconfiguran en el escenario mediático nuevas agendas, actores y estéticas.

Es en el anterior panorama en el que se inscriben las nuevas exigencias y cambios de las propuestas curriculares de los programas de comunicación y periodismo en el país y el continente. Éste es el lugar desde donde el programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá plantea su apuesta formativa y expone la justificación de su presencia en la región y el país.

A 20 años de su creación, el programa de Comunicación ha reformulado y ajustado el perfil profesional y ocupacional de sus egresados. Estos procesos se materializan en la actualización de su currículo a 10 años de funcionamiento. Esta actualización se propuso superar las oleadas curriculares erráticas latinoamericanas de los 70, 80 y 90, que Prieto Castillo (2005) definió como *tecnicista*, *teoricista* y *especialista*, respectivamente. Por ello, le apostó a la formación de un y una profesional de la comunicación social con nuevas características y perfiles, capaces de desplegar su profesión desde un concepto integral y equilibrado de *humanismo*, *cientificismo* y *dominio tecnológico* de los medios (expresado en la malla curricular), para dar respuesta a las necesidades sociales. Y aunque se supone la formación de un profesional para una ciudadanía global, también situó estos dominios en las demandas del ámbito regional: Boyacá y sus departamentos vecinos (Santanderes, Casanare, Meta, Cundinamarca, Arauca y otros). En el mismo sentido, aunque se espera unos comunicadores y comunicadoras conectados con las demandas del

mundo actual, el Programa apuesta por un profesional capaz también de formular otras maneras posibles de mundo desde la comunicación.

1.2. Justificación desde lo estrictamente comunicacional

En sus 20 años de existencia, el Programa ha generado una situación de coexistencia productiva con el entorno. Antes de 1997, año en que el programa gradúa su primera cohorte, la mayoría de empresas, organizaciones o instituciones públicas no tenían oficinas asesoras en comunicación, oficinas de prensa o estrategias comunicativas.

Sector organizacional e institucional. De los primeros graduados del Programa, un porcentaje se incorporó, de manera gregaria, a medios o proyectos periodísticos. Otra parte creó pequeñas iniciativas empresariales de comunicación, y otro grupo se vinculó al sector organizacional y empresarial en tareas combinadas de mercadeo, administrativas y residualmente, de comunicación y promoción. Es en este núcleo laboral donde los egresados fueron visibilizando la necesidad de la comunicación como elemento estratégico del desarrollo de las empresas y las organizaciones. Y aquí está el germen de una cultura regional hacia lo comunicacional como área especializada o complementaria de las demás funciones corporativas. Hoy, la mayoría de las alcaldías de municipios cabeza de provincia o importantes institutos y secretarías de las gobernaciones de la región, industrias y empresas de servicios y ONG que adelantan proyectos propios o de cooperación, requieren de un comunicador o comunicadora social para desplegar su accionar. Y la mayoría de ellas recurre formal o informalmente a la Universidad de Boyacá para la vinculación de sus egresados.

Sobre este aspecto, el Programa se justifica en la medida que ha sido el eje de la consolidación de una cultura institucional y corporativa de la comunicación organizacional, y porque esa misma cultura continúa develando y resolviendo necesidades; y, por consiguiente, ensanchando el campo ocupacional para futuros comunicadores y comunicadoras.

Justificación desde el ejercicio periodístico. De los egresados de las primeras promociones de comunicadores del Programa que se vincularon al campo periodístico, lo hicieron en calidad de gregarios. Es decir, no comenzaron dirigiendo o liderando programas, proyectos o medios periodísticos. Boyacá tiene una tradición fuerte de periodistas “empíricos” que fueron creciendo bajo las lógicas de la burocracia partidista y de las necesidades de corresponsalías de los medios editoriales, radiales y televisivos nacionales centralizados en Bogotá. Esta situación continuó inmodificable por poco más de un lustro.

Hacia 2003 las comunicadoras y comunicadores del Programa comenzaron a dirigir, crear y liderar propuestas periodísticas en radio, prensa y televisión. Aquellos egresados que habían emprendido empresas o colectivos de realización audiovisual corporativa migraron hacia la televisión con propuestas periodísticas. Otros participaron en nuevas apuestas impresas (revistas y periódicos), y algunos fundaron programas radiales o se vincularon como corresponsales o directores regionales de noticias de las cadenas RCN, Caracol y Súper.

En el tema de la radio, tan importante para la tradición cultural boyacense, las emisoras comunitarias y de interés público comienzan a tener una presencia importante. A partir de 1992, con la compra de la Cadena Radial Colombiana-Coral por la cadena Caracol, se activa en la región una necesidad por las radios de cobertura local. En 1994, la legislación sobre radios comunitarias y de interés público permite el surgimiento de más de 40 emisoras de este tipo. Se ha necesitado de más de una década para que estas radios se potencien como alternativas comunicacionales y como proyectos financieramente viables y auto sostenibles.

Actualmente, el relevo en el liderazgo de proyectos informativos de periodistas 'empíricos' a comunicadores sociales titulados por la Universidad de Boyacá, es un hecho. Este fenómeno ha aportado importantes refrescamientos e innovaciones al periodismo regional, especialmente en lo referente al incremento del periodismo literario, periodismo de investigación, la hibridación de géneros, el desarrollo de nuevos formatos televisivos, la apertura de experiencias cross-media y surgimiento de iniciativas de periodismo independiente, ciudadano, cultural y ciber-periodismo.

Con los elementos mencionados, el Programa se justifica en la medida que la región requiere el sostenimiento y profundización de un modelo de desarrollo periodístico que la academia, con sus referentes investigativos, técnicos y creativos, puede nutrir y liderar.

1.3. Justificación desde el potencial de industrias mediáticas y proyectos comunicacionales.

Como se referenció en el documento del Programa, por su extensión territorial, número de municipios y dinámica expansiva de medios, Boyacá y su entorno, ofrece importantes oportunidades de desempeño laboral para los comunicadores egresados de la Universidad de Boyacá. Sintetizamos el gran potencial en el sector público, empresarial, no gubernamental, cultural, medios comunitarios y de interés público, sector educativo escolar y universitario, el mundo virtual, multimedia, trans-media y cross-media.

En materia radial, Boyacá cuenta con 72 emisoras distribuidas en todo su territorio; 36 son comunitarias, 9 comerciales en FM; 21 comerciales en AM; y 6 de interés público (Romero, 2011). El Programa se justifica en la medida de los aportes mencionados anteriormente y de la necesidad de diversificar los contenidos de la radio boyacense desde la academia. Es decir, llevarla de una propuesta eminentemente musical e informativa a una agenda diversa con temas de salud, cultura, opinión y educación. El fenómeno es similar en la televisión local y regional, en los proyectos web, medios alternativos, medios escolares y medios impresos, que crecen a una escala importante.

1.4. Justificación desde la investigación y la proyección social

El Programa de Comunicación Social ha entendido los desafíos de la comunicación comunitaria radiofónica de la región. Para ello ha establecido un diálogo académico y práctico con dos de estos proyectos: Radio Semillas y Dorado Estéreo. La primera corresponde al municipio de Cómbita, y la segunda (reconocida como la mejor emisora comunitaria del país por el Ministerio de Cultura) tiene sede en Tibasosa. Sus directores han sido vinculados como docentes al Programa. Y estas estaciones se han convertido en escenario de práctica para los estudiantes, quienes aportan contenidos a las mismas.

La convergencia entre academia y estas radios, ha permitido el desarrollo de dos investigaciones importantes: *El mapa radial de Boyacá*, y *La radio y la opinión pública en Boyacá* (ver capítulo de Investigación). Las dos investigaciones mencionadas, hacen un aporte valioso a la promoción, el diseño, la construcción y la formulación de una política pública de comunicación en el Departamento, que, desde luego, implica a la academia.

La investigación *Historia de la televisión en Boyacá* (ver capítulo de Investigación), ofrece una perspectiva crítica sobre el desarrollo social de este medio en el entorno. Igualmente constituye un referente de diagnóstico y prospectiva para emprender su consolidación. En el mismo sentido gravitan las demás investigaciones docente abordadas por el Programa: *Imaginario en torno a la Comunicación Social*, *Análisis de los elementos científicos de la comunicación como apoyo didáctico a las facultades de comunicación social*, *La prensa narrativa en Boyacá, 1990-2011*, entre otras.

Bajo los mismos propósitos giran los proyectos de los semilleros de investigación, y los de proyección social: *Procesos de comunicación comunitaria, popular y alternativa en comunidades barriales de Tunja*; *Medios de comunicación como apoyo a la enseñanza en las instituciones educativas de Tunja*; y *Los sistemas alternativos de solución de conflictos: un mecanismo para efectivizar la paz*.

Por tanto, el Programa se justifica a raíz de sus acciones investigativas, sus aportes teóricos y prácticos, su incidencia en el cambio y por los desafíos emergidos de allí.

2. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA.

Origen y Evolución del Programa en la Universidad de Boyacá.

El origen del Programa se sustentó en la necesidad de responder a los requerimientos de la comunidad en cuanto a la demanda de profesionales que en el ámbito de la Comunicación Social fueran capaces de desempeñar el rol de actores sociales que transformen y mejoren los servicios y los medios de comunicación, que refuercen normas de comportamiento, mantengan el equilibrio informativo y generen procesos de opinión pública participativos y representativos; en tal sentido, la responsabilidad social no excluye una formación científica y humanística, por el contrario, la exige y requiere, máxime si las comunicaciones y los medios se han convertido en factores determinantes del desarrollo social. Con el anterior fundamento surgió el programa académico de Comunicación Social, primero en Boyacá, que se ha fijado como meta permanente la articulación y la capacidad de relacionar los problemas prioritarios en el ámbito local, nacional e internacional con su quehacer académico, investigativo y de extensión.

En el primer período de 1992 se inició el programa de Comunicación Social-Periodismo en convenio con la Universidad Central mediante Resolución N°003636 de diciembre 17/91, en jornada diurna. A partir de ese momento se fortaleció el proceso de ajuste académico que condujo a que, en mayo 19 de 1993, mediante el Acuerdo No. 187 del Consejo Directivo de la Fundación Universitaria de Boyacá, hoy Universidad de Boyacá, se creara el programa de Comunicación Social, el cual está registrado en el ICFES bajo el número 173443020201500111100. Fruto del análisis permanente de las demandas comunicacionales y de las perspectivas académicas del Programa, cinco años más tarde, el 14 de mayo de 1998, el Consejo Directivo de la Universidad de Boyacá mediante Acuerdo No. 140, reformó el Plan de Estudios del programa de Comunicación Social, quedando definido que el área de mayor trabajo académico sería la de Medios de Comunicación, característica que particulariza al Programa.

Esta decisión se sustentó en las permanentes articulaciones y en la utilización, cada vez más frecuente, de los medios en diferentes actividades humanas como la educación, la salud, el desarrollo social, la gestión empresarial, los procesos comunitarios, el deporte, las comunicaciones y la recreación, entre otras. Dicha característica se ha mantenido hasta la fecha y arroja importantes resultados para el Programa y para la comunidad, como los proyectos de extensión e investigación que están siendo desarrollados, principalmente, por estudiantes y egresados, bajo la orientación de los docentes del Programa.

A partir de la expedición del Decreto 937 del 10 de mayo de 2002, que fue derogado por el Decreto 2566 del 10 de septiembre de 2003, el currículo del programa de Comunicación Social fue analizado, adecuado y actualizado, según las exigencias del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Educación. En esta propuesta curricular han sido incorporados los preceptos de flexibilidad curricular y créditos académicos, con lo cual el Programa ha quedado a tono con sus similares en el ámbito nacional e internacional.

Mediante acuerdo 060 del 17 de noviembre de 2005, se le realizó un ajuste al plan de estudios del programa, en el que se modificó la estructura y organización de los contenidos. Se organizó en dos grandes componentes y la duración quedó establecida en 8 semestres.

El Ministerio de Educación Nacional, mediante Resolución N° 4836 del 18 de agosto de 2006, concedió el Registro Calificado al Programa de Comunicación Social, avalando sus condiciones mínimas de calidad para operar.

Mediante acuerdo 207 del 15 de mayo de 2008, el Consejo Directivo consideró pertinente realizar modificación al plan de estudios del programa, teniendo en cuenta el Modelo Pedagógico de la Universidad de Boyacá establecido mediante acuerdo del 17 de mayo de 2007, sin embargo, la duración del plan de estudios se conservó en 8 semestres.

Luego del análisis realizado y observaciones definidas en el Programa de Actualización Curricular, de acuerdo con la evolución del Programa y la pertinencia de las necesidades del entorno, se realizó modificación al plan de estudios del programa de Comunicación Social mediante Acuerdo N° 330 del 7 de octubre de 2009, realizó modificación del plan de estudios cuya duración se estableció en 9 semestres.

Mediante Acuerdo 526 de marzo de 2012, el Consejo Directivo de la Universidad de Boyacá, realizó una última modificación del plan curricular flexible del programa de Comunicación Social, en el que se eliminaron prerrequisitos para aumentar la flexibilización del plan de estudios.

La duración se conserva en 9 semestres, tal cual consta en las Resoluciones de Modificación de Registro Calificado N° 3114 expedida por el Ministerio de Educación Nacional el 27 de abril de 2010 y en la Resolución No. 132 del 3 de enero de 2014 por medio de la cual se renueva el registro calificado del programa, con vigencia de siete años.

De la anterior reflexión acerca del fundamento curricular, se determinó que el programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá enfatizaría en los

siguientes aspectos, los cuales serán desarrollados a lo largo del Proyecto Educativo del Programa (P.E.P), del plan de estudios, formación integral, formación básica, modelos pedagógicos, investigación y educación continuada.

3. EL PROGRAMA EN EL CONTEXTO.

3.1. Contexto Internacional.

En el contexto del mundo práctico, el programa se mueve en una sociedad que en el último cuarto de siglo ha vivido unas transformaciones inesperadas. El avance de la microelectrónica, la nanotecnología, los softwares, la propia computación, compresión digital, la telemática, los dispositivos móviles, el ciberespacio, la comunicación en red, las redes sociales, la realidad aumentada y virtual, la neo-televisión, la videosfera y el concepto de tiempo real, han derruido los clásicos conceptos y reglas que gobernaban la vida social e individual del siglo pasado.

El programa se mueve en un contexto global epistemológico supremamente retador. La sociedad mundial nunca había cambiado tan rápido movida a su vez por la energía de la comunicación. Y la comunicación social, entendida como disciplina o campo de estudio de ese tipo de sociedad, tiene el reto de moverse a la misma velocidad que su objeto de estudio.

En el contexto global, el programa de Comunicación Social hace parte del panorama académico quizá con mayor crecimiento, diversificación y especialización. En las dos últimas décadas, la oferta de programas relacionados con la comunicación y la información ha crecido como pocas otras profesiones. Las clásicas escuelas de periodismo de los años 80 han sufrido una transformación contundente, transitando a programas de comunicación multimedia, comunicación web, animación, cine, comunicación política, comunicación estratégica, entre otras.

Se aprecia cómo en los últimos 5 años la formación en Comunicación Social se ha fortalecido hacia la oferta de sus disciplinas; especialmente en comunicación multimedia para la web y en comunicación audiovisual.

Los antecedentes de las Facultades de Comunicación Social en el mundo son las escuelas de periodismo. La primera fue cofinanciada por el emporio de medios del connotado Joseph Pulitzer y ofrecida por la Universidad de Columbia a finales del siglo XIX. En América Latina, Argentina y Brasil crean los primeros programas comenzando el siglo XX. Es después de 1940 que el resto de los países latinoamericanos ven aparecer las escuelas de periodismo⁴.

Después de la década de los 60's las cosas comienzan a cambiar vertiginosamente. En América Latina las ciencias sociales y humanas comienzan a influir en la manera

⁴ NIXON, Raymond. Historia de las escuelas de periodismo. Revista Chasqui, CIESPAL. Nro. 2, abril 1982. Segunda época. pág. 13.

de concebir la investigación y el periodismo. “Hacia finales de la década de los setenta, los avances de la publicidad, del mercadeo, del diseño gráfico; el crecimiento del sector financiero, y las propias exigencias del mercado laboral, promovieron dos macro modelos de formación en comunicación: el periodismo y la producción en medios, por un lado, y la comunicación empresarial o institucional, por el otro.”⁵.

Hay otro hecho trascendental de los años 60’s. Aparece el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina – CIESPAL. Nace en el seno de la UNESCO, tiene como objetivo central la investigación en comunicación y es en buena medida responsable de la promoción de un pensamiento crítico latinoamericano sobre la comunicación, los medios y el periodismo. Su única tarea no era la investigación y por ello comienza a fortalecer la enseñanza del periodismo. Con el apoyo financiero de agencias de cooperación norteamericanas y europeas crea un sistema de becas para capacitar anualmente a “un profesor de periodismo o un periodista experimentado, interesado en dedicarse a la enseñanza”⁶ en cada uno de los países latinoamericanos. Tal vez estas confluencias son las que hacen a “las facultades y escuelas de comunicación social y periodismo de América Latina como un invento muy interesante y propio del continente”⁷

Terminada la década de los 80’s había más de 200 facultades, número que crece a 1030 en 2005 en el subcontinente. Al finalizar 2009, América Latina y El Caribe poseen más de 1.740 programas de Comunicación Social⁸; es decir que en poco más de una década el número se ha incrementado en mucho más del doble. México casi triplicó su número en menos de una década.

En los años 90’s la comunicación social comenzó a ser replanteada por los procesos de globalización antes que, por la academia, prueba de ello es el despegue de los procesos de acreditación de programas e instituciones de alta calidad. A partir de allí, la academia viene en un proceso de reacomodamiento curricular para hacerse coherente con la filosofía pragmática que plantean las actuales realidades del mundo. Un mundo ampliamente marcado por la reorganización de la vida social bajo los nuevos esquemas de la revolución tecnológica (la microelectrónica, los ordenadores, las redes, los dispositivos móviles de comunicación, las redes sociales, la virtualidad, etc.).

Igualmente, a la hora de hablar del estado de la educación en el área de comunicación social en el ámbito nacional e internacional, es importante reconocer

⁵ ROVEDA, Antonio. ¿Es posible la formación de un pensamiento estratégico en las escuelas de comunicación y de periodismo? Sigo y Pensamiento. Universidad Javeriana. Vol. XXVI, Nro. 51, diciembre 2007 pág. 99-107. Bogotá.

⁶ NIXON, op. cit., págs. 13

⁷ ROVEDA, op. cit., págs. 99

⁸ FELAFACS-UNESCO. **Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe. Lima, 2009. p.11..** En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: www.felafacs.org

que las propuestas curriculares han cambiado en la medida de las transformaciones en la configuración de las ciencias sociales, especialmente después de la segunda mitad del siglo XX. Dentro de esta misma variable no debemos olvidar las tensiones internas por el establecimiento del estatuto epistemológico de la comunicación. En Colombia, igual que en el resto del mundo, aunque con ciertos desfases los años 40 del siglo pasado fueron testigos del despegue de la pugna entre los abordajes funcionalistas, críticos, estructuralistas y los socioculturales como teorías explicativas del fenómeno de la comunicación de masas.

La humanidad tiene nuevas preguntas y circunstancias, y el comunicador está siendo educado desde una nueva epistemología, con nuevos recursos de análisis, nuevas técnicas en uso, nuevos instrumentos y contenidos para comunicar, nuevos significados, nuevas sensibilidades y nuevas didácticas.

El contexto internacional, ofrece al mundo de los medios y la comunicación su mejor oportunidad de ensanche. La mayoría de analistas, y el ciudadano común coinciden en que los hechos atravesados por el mundo de la prensa, la televisión, el cine, la radio y la web, adquieren un estatus de realidad en la medida como estos hechos sean elevados a la categoría de contenido narrativo. Es decir, que más o menos se está confiriendo al mundo de los medios la capacidad de presentarle a las audiencias una realidad casi patentada. Este mismo reconocimiento de la función referencial de los medios activa las voces críticas, que acusan a la mayor parte de la arquitectura mediática mundial actual de promover informativamente una sociedad injusta, inequitativa, violenta, manipulable, desinformada, banal y consumista.

Por tanto, y recabando en el contexto formativo, presentamos a continuación un listado no necesariamente completo de las áreas, campos, dominios, modalidades y competencias profesionales que parecen configurar el panorama formativo de los comunicadores de hoy para el futuro próximo. El listado ha sido realizado a partir de una revisión de los planes de estudios de universidades nacionales y extranjeras y de un rastreo de las demandas ocupacionales en el ámbito continental.

- Gestión y producción de contenidos informativos, argumentales, documentales, promocionales, educativos y musicales para radio, prensa, televisión, Internet, vídeo, cine, medios alternativos, etc.
- Investigación, desarrollo y edición de géneros y formatos para periodismo informativo, interpretativo, investigativo, narrativo, ciudadano, científico, económico, cultural, para la diversidad, etc.
- Diagnóstico, diseño y asesoría de planes y estrategias en comunicación corporativa, organizacional, institucional o estratégica.

- Diseño e implementación de proyectos de educomunicación (prensa escuela, periodismo escolar, radio escolar, video educativo, cine escuela, aprendizaje virtual, colaborativo e interactivo, etc.)
- Diseño y desarrollo de programas de educación para los medios (derecho a la comunicación, alfabetización audiovisual, recepción crítica, audiencias activas, observatorio de medios, liga de usuarios de los medios de información, etc.)
- Diagnóstico, diseño y asesoría de planes y estrategias de comunicación política, propaganda y publicitaria
- Formulación y desarrollo de proyectos de comunicación para el desarrollo, la paz, los derechos humanos y la cooperación internacional e intersectorial.
- Promoción y apoyo de programas y procesos de comunicación para la democracia y la ciudadanía
- Apoyo, impulso, capacitación y acompañamiento a movimientos sociales y a procesos de comunicación ciudadana, popular, comunitaria y alternativa
- Desarrollo de contenidos y narrativas para la web, el ciberperiodismo, periodismo digital, periodismo 2.0, periodismo interactivo, redes sociales, etc.
- Promoción y formulación de procesos y proyectos de política pública de comunicación en escenarios locales, regionales y nacionales.
- Investigación de medios y audiencias
- Investigaciones de comportamiento de audiencias, estudios de recepción, fenómenos de opinión pública, tendencias políticas en procesos electorales, etc.
- Investigaciones en comunicología propiamente dicha: de medios, narrativas, discursos, fenómenos socioculturales, redes y flujos de circulación y uso del saber y del poder, construcción de significados, lenguajes y sentido, actores sociales, matrices de poder, procesos de resistencia, fenómenos de apropiación y re-significación, etc.

La anterior delimitación de las áreas, campos, dominios, modalidades y competencias profesionales de la formación de comunicadores sociales que hemos hecho, puede ser verificada con los planes de estudios de algunos programas que ofrecemos a continuación.

Los programas de las Universidades de Washington⁹, Miami, Cornell, Illinois, Sheffield, Londres, Dinamarca, Internacional del Japón, Tecnológica de Singapur, de Hong Kong; el American School de Washington¹⁰, el Boston College¹¹, entre otras; continúan orientando sus planes de estudios hacia la formación de comunicador competentes en creación de narrativas audiovisuales, desarrollo de contenidos para medios virtuales, comunicación estratégica, periodismo web,

⁹ WASHINGTON STATE UNIVERSITY. Estudios de licenciaturas. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://cas.wsu.edu/academics/index.html>

¹⁰ AMERICAN UNIVERSITY. SCHOOL OF COMMUNICATION. Estudios en comunicación y periodismo. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.american.edu/soc/journalism/>

¹¹ BOSTON COLLEGE. Programas de la Facultad de artes y ciencias. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.bc.edu/content/bc/schools/cas/communication.html>

periodismo ciudadano, comunicación para la ciencia y la cultura, estudios de audiencias, asesoría en comunicación política e investigaciones sobre audiencias e industrias culturales.

Algunos programas, principalmente de universidades europeas, han introducido en sus mallas la *comunicación y fenómenos interculturales* atendiendo al incremento de inmigrantes y a la realidad económica que han hecho de la seguridad, el empleo y la xenofobia temas estratégicos para estos países.

Universidades como la de Salamanca ofrece el programa de Comunicación Audiovisual; con una acentuada formación en el aspecto de la creación narrativa y en la gestión de la tecnología y el talento humano de las empresas mediáticas del sector.

Por su parte las universidades de Navarra y Complutense ofrecen separadamente el programa de Periodismo y el Comunicación Audiovisual; y doble titulación entre filosofía-periodismo, historia-periodismo, filología hispánica-periodismo, y filología hispánica-comunicación audiovisual.

Universidades argentinas, como la de Buenos Aires¹² y Nacional del Cuyo¹³ se caracteriza por la oferta de Licenciaturas en ciencias de la comunicación. Las dos tienen un núcleo básico, uno disciplinar y otro de orientación (llamados anteriormente en Colombia, *énfasis*) que generalmente ofrecen periodismo, opinión pública, comunicación organizacional o comunicación comunitaria.

También ofrece un programa de Profesorado (Licenciatura, en Colombia) de enseñanza media y superior en ciencias de la comunicación social. Este profesional es lo que pudiera llamarse un educador. Su perfil es el de asesor, creador y planeador de programas y proyectos pedagógicos a partir del uso didáctico de los medios y tecnologías de información en la educación presencial o a distancia.

En Brasil, país con una reconocida trayectoria de escuelas de periodismo y comunicación, la oferta educativa es cada vez más específica a nivel de pregrado. La mayoría de las universidades han abierto programas profesionales en periodismo, comunicación audiovisual y educador. La Universidad de Sao Paulo¹⁴ ofrece por separado los programas de periodismo, audiovisuales y

¹² UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. Licenciatura en ciencias de la comunicación social. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.uba.ar/download/academicos/carreras/lic-cscomunicacionsocial.pdf>

¹³ UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO. Licenciatura en comunicación social. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.uncu.edu.ar/estudios/titulo/67>

¹⁴ UNIVERSIDAD DE SAN PABLO. Programas en comunicación social y periodismo. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www5.usp.br/ensino/graduacao/cursos-oferecidos/>

Educomunicación. En la Universidad de Campinas¹⁵, el programa de Comunicación Social y Mediología pertenece a la Facultad de Artes y el perfil del egresado está definido por su competencia en medios televisivos, radiales, prensa, Internet y fotografía. Esta universidad ofrece un postgrado en Divulgación científica y cultural, adscrito al Instituto de Investigaciones del Lenguaje. En Colombia, la divulgación científica y cultural tradicionalmente ha hecho parte del currículo de pregrado de comunicación. En nuestro programa de la Universidad de Boyacá este curso se ofrece dentro del subcomponente profesional.

En México, universidades como la Nacional Autónoma¹⁶ y Autónoma de Chiapas¹⁷, ofrecen la Licenciatura en comunicación con un importante componente básico y disciplinar en narrativas, investigación en medios y cultura y optativas con énfasis en comunicación organizacional, periodismo, desarrollo de contenidos para tecnologías multimedia y estrategias de apoyo a la labor publicitaria y el mercadeo. La Universidad de Colima además de la Comunicación ofrece por separado la licenciatura en Periodismo¹⁸. Esta licenciatura forma profesionales para desempeñarse en todas las modalidades, géneros y medios del periodismo, además de entregar cursos optativos en periodismo económico, cultural, de riesgos y político.

Con relación a la formación de posgrados en América Latina en la que los pioneros son Brasil, México, Argentina y Venezuela, hay que decir que “recién a partir de los años noventa, empiezan a surgir los estudios de postgrado a nivel de maestrías, siendo inexistentes los doctorados (con excepción de uno a distancia en el Perú). Las maestrías son más numerosas en Colombia y Bolivia, y menos en Perú, Ecuador y Venezuela”¹⁹.

FELAFACS, informaba en 2005 de la existencia de casi 100 programas de posgrado en el continente. De ellos un 20% eran doctorados y el restante maestrías o especializaciones. La oferta se puede clasificar en tres grupos.

“En el primero de ellos, se inscriben los tres grandes -Brasil, México y Argentina- con un total de 83 programas (59 maestrías y 22 doctorados), equivalentes al 71 por ciento (...) En un segundo grupo asoman las ofertas de Chile, Colombia, Cuba, Perú, Puerto Rico y Venezuela, que en conjunto totalizan 22 programas (19 maestrías y un doctorado), equivalentes al 19 por

¹⁵ UNIVERSIDAD DE CAMPINAS. Instituto de artes. Comunicación Social-Mediología. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.iel.unicamp.br/pos/catalogoDCC.php?item=2>

¹⁶ UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO. Programa de Ciencias de la Comunicación. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://oferta.unam.mx/carrera/archivos/planes/cienciasdlaComunica-cu-plandestudios.pdf>

¹⁷ UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHIAPAS. Licenciatura en Comunicación. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.unach.mx/images/carreras/Comunicacion.pdf>

¹⁸ UNIVERSIDAD DE COLIMA. Planes de estudios de licenciaturas. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.ucol.mx/docencia/planes-estudio/documentos/L-162.pdf>

¹⁹ *Ibíd.*, p. 14

ciento. El tercer grupo lo conforman Bolivia, Costa Rica, Ecuador, República Dominicana y Uruguay. De entre sus 12 ofertas, todas ellas de maestría, ninguna sobrepasa la década de existencia, en países además sin presencia al interior de los programas fundadores”

Sabemos que hoy la oferta se ha diversificado sustancialmente y que países como México, Brasil, Argentina y últimamente Chile, han incrementado sus programas de doctorado. También se agrega el hecho de que en el continente los postgrados, que deberían atender a la investigación, todavía no han impactado líneas temáticas sólidas, por cuanto “...el interés por abordar el fenómeno de la comunicación en términos genéricos (Ciencias de la Comunicación y Comunicación) se expresa en 29 programas, seguido por el estudio de la Comunicación Social y la Comunicación y Cultura. Todas ellas, con ofertas de maestría y doctorado. Las demás especialidades consignadas en los programas trazan recortes de estudio más específicos, así como interfaces con otras disciplinas y áreas de conocimiento, como ocurre con las maestrías en Comunicación y Tecnologías Educativas”²⁰.

Podemos concluir que en relación con el estado de la educación en comunicación social en el ámbito internacional se presentan las siguientes condiciones:

- Aunque cada día es más manifiesta la tendencia de demarcar formativamente el periodismo de la comunicación social, este deslinde todavía no es claro ni real en la práctica. Incluso universidades que han separado la formación periodística de las otras modalidades de la comunicación han preservado toda la fundamentación teórica tradicional en los distintos currículos.
- En el espacio académico, la comunicación social se ha instalado en las ciencias sociales, las humanidades e incluso en el campo del arte. Sin embargo, en los currículos de la mayoría de los programas se observa una convivencia epistemológica entre la mirada funcional-positivista norteamericana y las teorías críticas europeas.
- Los planes de estudios de la mayoría de los programas, que finalizado los años 90's habían prescindido un poco de las ciencias sociales y humanas, han reintegrado este componente sumado a un interesante crecimiento de disciplinas como la semiótica y la lingüística. Se identifica una ampliación de la mirada hacia corrientes interpretativas y socioculturales desde la comunicación; sumadas a las ya visiones funcionalistas y críticas de las décadas anteriores.
- La variable tecnológica ha impreso una tendencia marcada para la apertura de programas orientados hacia la comunicación audiovisual, multimedia y virtual. A la par de este fenómeno, los programas han reconocido más importancia a la investigación, la experimentación y la creatividad en nuevas narrativas.

²⁰ BUSTAMANTE F, Óscar. Posgrados de Comunicación en América Latina, un debate pendiente. Revista Chasqui, CIESPAL. Nro. 94, junio, 2004. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/478/1/>

- En la mayoría de los programas se reconoce el papel modelador de los medios de comunicación. Por eso apuestan a un currículo con una fuerte irrigación de teorías sobre el poder, sobre el papel de los movimientos sociales emergentes, los fenómenos interculturales, las nuevas formas y expresiones del consumo, y sobre la circulación del saber, de las estéticas y de los imaginarios en las redes sociales.

En el programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá, salvando las excepciones, también se advierten los fenómenos antes reseñados. Desde su creación en 1992, sus cambios y permanencias en el plan de estudios permiten identificar una coexistencia entre las temáticas matrices de la comunicación de masas y el periodismo, las confluencias de las socio-humanísticas como ciencias auxiliares, reforzamiento al componente tecnológico y de narrativas, y cátedras que desarrollan la relación medios, poder y ciudadanía.

3.2. Contexto Nacional.

Colombia es el país de la región andina del subcontinente que presenta el mayor número de programas de comunicación social ofertados por universidades privadas. También, es este el país de la región que más adelantado lleva sus procesos de acreditación de programas de comunicación social. Igualmente, uno de los de mayor crecimiento en la oferta de programas en las regiones, contraria un poco a la tendencia de concentración capitalina de otros países. Por lo demás, su panorama formativo presenta unas características similares al contexto latinoamericano e incluso global.

En Colombia los programas de periodismo y comunicación surgen relativamente hace pocas décadas. Por la fuerte ligazón entre el periodismo, la literatura, el derecho y la política en la tradición intelectual colombiana es hasta muy tarde el nacimiento académico de las facultades de comunicación. En las reseñas históricas aparece “una en los años 50’s, 3 en los 60’s, 4 en los 80’s y un crecimiento vertiginoso en los 80’s con 11 programas²¹.”

En la década del 90 el número de programas casi se triplicó, aunque con una fuerte concentración en Bogotá y otras grandes capitales de departamento. De los años 80’s se traía la notable irrupción en las facultades de comunicación y periodismo de la publicidad, las relaciones públicas, el diseño gráfico, la comunicación organizacional, el marketing, entre otros. Los 90’s son el periodo en que los programas adquieren el carácter formativo que hoy los caracteriza: los contenidos de periodismo descienden un poco, se aumenta la comunicación organizacional -

²¹ NIXON, op. cit., págs. 15

incluso como Énfasis-, se disgrega totalmente la publicidad, las relaciones públicas y el marketing; y a cambio de éstas últimas se incorpora a los planes de estudios la lingüística, la semiótica, la sociología y la psicología como ciencias auxiliares de la comunicación.

Actualmente en el país hay cerca de 70 instituciones de educación superior que ofrecen programas de Comunicación Social. AFACOM tiene registradas 59 universidades con unos 95 pregrados en comunicación social, periodismo, audiovisuales y multimedios²².

El SNIES informa de 86 programas de los cuales 15 tienen acreditación de alta calidad y los restantes 71, registro calificado. De las universidades registradas 12 son oficiales y 37 privadas. Igualmente figuran unos 20 programas tecnológicos relacionados con producción de televisión, radio, periodismo, locución, edición y animación audiovisual²³.

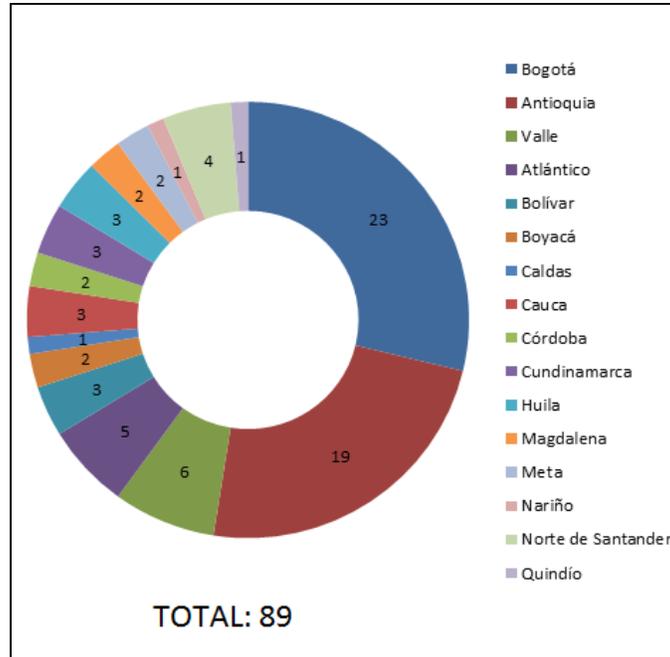
De acuerdo con la modalidad de los programas de comunicación social de Colombia, hay dos que se ofrecen de manera virtual (Fundación Universidad Católica del Norte y Politécnico Gran Colombiano). Dos a Distancia (Universidad Abierta y a Distancia UNAD y Universidad Minuto de Dios). Los demás 82 programas figuran bajo la modalidad presencial. El número de programas de comunicación social que en 2005 estaba en cerca de 53, durante los últimos siete años se ha incrementado en más del 62%.

Geográficamente, la siguiente es la ubicación por departamentos donde se centra la oferta de los programas de comunicación social. La cifra supera los referenciados en las estadísticas de AFACOM y el SNIES porque varias universidades tienen sedes en diferentes ciudades, porque se ofertan programas en la modalidad virtual o a distancia, o porque la misma universidad oferta varios programas en la misma ciudad.

²² AFACOM. Universidades Miembros. En línea: citado (19-06-2012). Disponible en: <http://www.afacom.org/lista/?cat=2>

²³ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL DE COLOMBIA -SNIES. Instituciones y programas de educación superior en el país. En línea: citado 27-06-2018). Disponible en: <http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-218261.html>

Ilustración 1. Número de Programas por ubicación geográfica

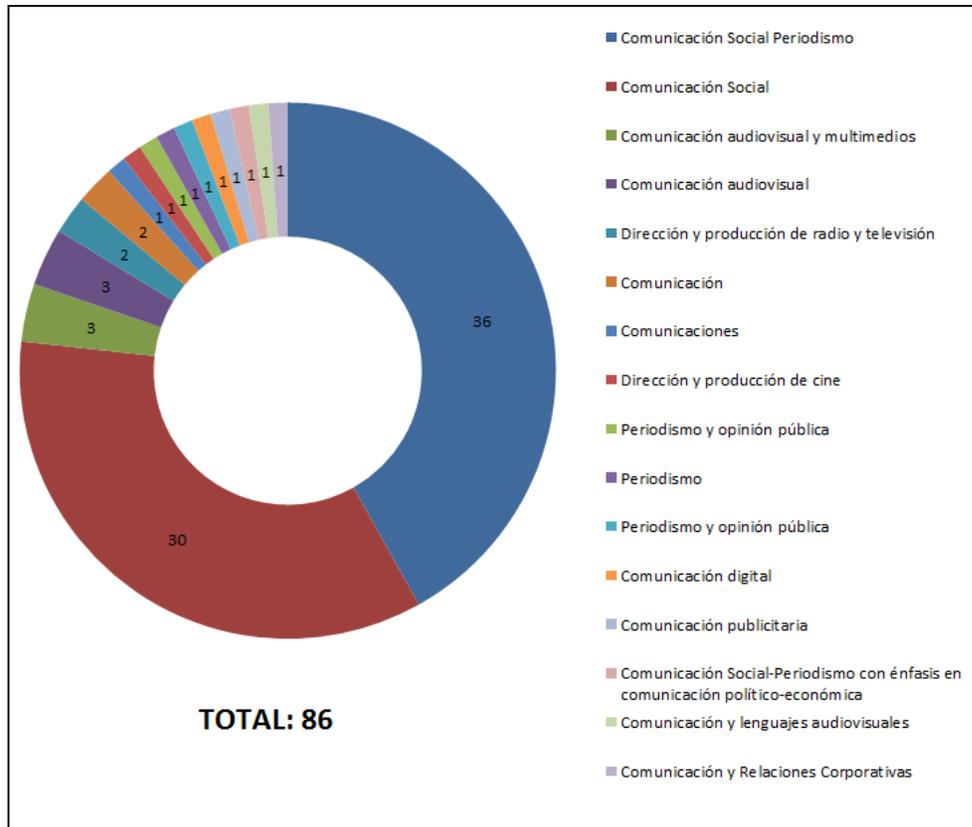


Fuente: Ministerio de Educación de Colombia, SNIES, junio de 2012.

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá—pertenece geográficamente al área central del país y organizativamente se integra en AFACOM con esta regional. Sin embargo, por el número de su población estudiantil, su ubicación estratégica entre el centro y el oriente, y por las características socioeconómicas y demográficas de la ciudad, el Programa tiene un importante rango de demanda e identidad con la región oriental de Colombia, sin que ello impida el dinámico intercambio con los programas de Bogotá, especialmente.

Otro aspecto importante es la denominación de los programas de comunicación social en el país, y aunque no sea determinante si nos permite identificar tendencias en la formación. A continuación, presentamos un cuadro que ilustra este aspecto.

Ilustración 2. Denominación de Programas en Colombia



Fuente: Ministerio de Educación de Colombia, SNIES, mayo de 2012

Resulta interesante como se ha dado el cambio de denominaciones en Colombia, que no difiere mucho del subcontinente. En los años 60's la mayoría de los programas de América Latina tenían la denominación de *periodismo*; 54 en total. En 1980 este número descendió a 21. De 27 programas que en 1970 figuraban bajo nombres como: *comunicación, comunicación social o ciencias de la comunicación*, aumentó abrumadoramente a 129 en 1980²⁴. Con esta tendencia se preveía la desaparición de las denominaciones de *periodismo* en casi todos los programas. Sin embargo, como vemos en la tabla anterior, el siglo XXI recibe las cosas de una manera más estable. Hoy, por lo menos en Colombia, son casi igual en número los programas que se denominan *comunicación social-periodismo y comunicación social*. Programas con otras denominaciones, son mínimos.

Como se dijo antes, las Facultades de Comunicación tienen su patente mayor en América Latina. Sus antecedentes son las escuelas de periodismo

²⁴ PROAÑO, L. La formación profesional del comunicador. Revista Chasqui, CIESPAL. Nro. 2 (II época), marzo 1982. Quito.

estadounidenses, pero incluso en 1974 el CIESPAL cambia el término *periodismo* por *comunicación*. Aunque conserva la sigla, pasa a llamarse Centro Internacional de Estudios Superiores de *Comunicación* para América Latina.

La formación de comunicadores sociales y periodistas en Colombia no escapó al influjo de CIESPAL. Este Centro, impactó notablemente a un número grande de programas de formación, proyectos de capacitación en comunidades, centros e institutos de investigaciones, proyectos conjuntos de investigación, y variadas publicaciones académicas o no académicas especializadas en comunicación y periodismo en el subcontinente. “Una de las metas que inicialmente persigue el CIESPAL es remodelar la enseñanza universitaria de la comunicación, proponiendo una estructura modelo y sugiriendo los contenidos a ser transmitidos. El CIESPAL, además de entrenar docentes para nuevas disciplinas, pasó a editar una serie de manuales traducidos que se convirtieron en libros-texto y sirvieron como fuente de referencia para las nuevas generaciones de comunicadores de América Latina”²⁵.

En los planes de estudios de los primeros programas de periodismo y comunicación colombianos tenía un carácter difusionista; en los años 70’s, de corte más latinoamericanista crítico; los 80’s, con fuerte orientación a la investigación de audiencias y contenidos; en los 90’s, emergen las grandes preguntas sobre la cultura y el lenguaje audiovisual; y a partir de allí, el campo de la formación mantiene varias de estas tendencias pero se diversifica hacia las nuevos medios, nuevas narrativas y nuevas interactividades.

Identificamos que los cambios vividos en Colombia a partir de los años 70’s con la transformación de las escuelas de periodismo en facultades de comunicación social y una reacomodación de estas en los años 90’s, se preserva en su esencia. Casi un 80% de los programas funcionan bajo la denominación clásica de Comunicación Social o Comunicación Social-Periodismo, y sus contenidos curriculares incorporan de manera importante la formación en periodismo y en las modalidades centrales de la comunicación de masas, indistintamente de su nombre. Pero debe indicarse que sea en el campo del periodismo o de la comunicación, la formación de comunicadores y comunicadoras de la última década apunta a la diversificación – no necesariamente especialización- en sub campos.

“Vale decir, que si bien en los años 70’ se transitó de la formación de periodistas a la de comunicadores sociales (bajo un concepto generalista) a partir de los 90’ crece la especialización en campos como el periodismo

²⁵ CIESPAL. Reseña histórica de Ciespal. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/2011/Resenaciespal.pdf>

*(económico, ambiental, político, de espectáculos, deportivo), el audiovisual (radio, cine, televisión), la comunicación institucional, empresarial y de desarrollo, así como el digital. Esto como expresión de la presión del mundo del trabajo*²⁶.

Estos cambios en la formación de los comunicadores en Colombia se han originado en las transformaciones y demandas concretas del sector industrial y empresarial, del campo educativo, de ONG's y organizaciones sociales, de las nuevas empresas y proyectos periodísticos, de la expansión de medios y proyectos online, del crecimiento del sector audiovisual, cinematográfico e industria del entretenimiento, la masificación de proyectos comunicacionales publicitarios virtuales, el ensanche comunicacional de estrategias gubernamentales, de las fuerzas militares, y de programas de cooperación multilateral; del incremento de uso de los medios en el sector del turismo, la gestión cultural y el deporte; y por supuesto el crecimiento de la propia industria de los medios de información en el área impreso-editorial, radiales, televisivos y virtuales.

Las condiciones mencionadas, le han impuesto a la academia una diversificación en los currículos para ofrecer contenidos múltiples y de énfasis comunicacionales en ejes tan significativos como: producción en medios (radio, prensa, televisión, Internet, vídeo, cine, alternativos, etc.), periodismo (cultural, investigativo, literario, ciberperiodismo, ambiental, cívico, de conflicto armado, etc.), comunicación organizacional, educomunicación, comunicación publicitaria, comunicación para el desarrollo, gestión de medios, comunicación comunitaria, ciudadana y alternativa, narrativas audiovisuales y multimedia, educación para los medios, comunicación para la paz, comunicación para los derechos humanos, comunicación para la diversidad, comunicación para la democracia y la ciudadanía.

Por lo anterior, el programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá tiene una identidad importante con las tendencias nacionales y del exterior en lo referente a aspectos centrales de la formación de comunicadores sociales.

La demanda de cupos para el programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá tiene una fuerte relación con la reducida oferta del mismo en su zona de influencia. En Boyacá solamente otra institución, la UNAD, ofrece el Programa en la modalidad a Distancia.

²⁶ QUIROZ, María Teresa. **Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe**. FELAFACS-UNESCO. Lima, 2009. p. 55. En línea: citado (27-06-2018). Disponible en: <http://www.felafacs.org/mapa-de-los-centros-y-programas-de-formacion-de-comunicadores-y-periodistas-en-america-latina-y-el-caribe/>

Cerca del 70 % de los jóvenes que se matriculan en nuestro Programa provienen, en su orden, de las ciudades de Tunja, Duitama, Sogamoso, Chiquinquirá y Paipa. El restante 30% procede de provincias boyacenses como Ricaurte (Moniquirá, Villa de Leyva, Sutamarchán, San José de Pare y Santana), Neira y Oriente (Garagoa y Guateque), Centro (Samacá, Cucaita y Sora), y Norte, Gutiérrez, y Valderrama. En esta franja encontramos un importante número de estudiantes que vienen de poblaciones del Casanare (Yopal, Agua Azul, Trinidad) y Santander del Sur (Barbosa y San Gil).

En el Programa también se matriculan estudiantes de municipios cundinamarqueses fronterizos con el occidente boyacense (Simijaca) y del área de confluencia entre el oriente de Boyacá y municipios periféricos de Bogotá (Villapinzón), o por transferencias desde universidades bogotanas, como Sergio Arboleda y Uniminuto, principalmente.

De otra parte, las oportunidades para el ejercicio profesional de la comunicación social en todas sus modalidades y del periodismo en todas sus tipologías constituyen uno de los campos de mayor ensanche del mundo laboral en la medida que intervienen de manera directa en las dinámicas productivas de la quizá mayor industria del mundo contemporáneo: la industria cultural.

Sin embargo, el mercado laboral de hoy no es el mismo de hace 10 años; es más ancho, pero más volátil y complejo. Para el comunicador o periodista de hoy, sus oportunidades de desempeño laboral son cambiantes y aunque no están determinadas si están condicionadas por nuevas formas, oficios, saberes, destrezas, ritmos y ambientes laborales. Por ejemplo; la virtualización de un periódico abre grandes posibilidades para profesionales de la comunicación que sean competentes en tecnología, narrativas web, social media y community manager, pero posiblemente excluya y hasta expulse a quienes tienen saberes más tradicionales de periodismo impreso.

Por eso, el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá, tiene como uno de sus retos más importantes, posicionar en el entorno regional un nuevo imaginario sobre el papel de la comunicación social. Este nuevo imaginario debe cooperar en una percepción más abierta y plural sobre el aporte que la comunicación que trascienda dos reduccionismos que cierran su campo de acción: reducir toda la comunicación al periodismo, y reducir toda la comunicación a los medios, en tanto artefactos o tecnología fría.

El reto implica la necesidad de poner la vida social y cultural de la gente como eje de la actividad de los medios de comunicación. La agenda comunicativa de la radio, la prensa y la televisión pretende convertirse en extensora de las corrientes del

poder instituido muchas veces por la fuerza artificial de la manipulación. Los medios deben estar al servicio de la sociedad, no a la inversa; en la medida que emerjan como mediadores, catalizadores o espacios de diálogo de las fuerzas históricas en las que se crea y recrea la sociedad.

Es imperiosa la necesidad de apostar por la democratización de las comunicaciones, y más en un país que está hablando de postconflicto. No puede haber una sociedad democrática con una estructura comunicacional hegemónica.

En este sentido la región y el país necesitan urgentemente un debate y unas transformaciones en aspectos como la propiedad de los medios de comunicación, garantías a la libertad de expresión, a libertad de prensa, de acceso a una información confiable, de responsabilidad social del periodismo, de construcción de una política pública sobre el papel de los medios y de la comunicación, y un acuerdo social para que los medios en Colombia prioricen la comunicación pública con énfasis en la consecución de la paz y una responsabilidad para crear las condiciones básicas para la convivencia.

Otra importante necesidad es el de promover a la comunicación como factor de desarrollo de la región, el país y sus comunidades. La comunicación y los medios no pueden ser vistos como apéndices de las instituciones sociales o simples difusores de un modelo de sociedad. Hay que apuntar a un imaginario en el que la comunicación y el lenguaje -entendidos como elementos constitutivos de la sociedad-, funcionen como actores del bienestar social y la realización humana.

Esta suma de conflictos comunicativos históricamente acumulados, se aterrizan en necesidades concretas que justifican la formación de comunicadores sociales que promuevan nuevas maneras de concebir y vivir lo local y lo regional, acompañen la autogestión y el desarrollo comunitario, faciliten los intercambios multiculturales y las espacialidades significantes en la 'aldea global', promuevan la apropiación de las nuevas tecnologías y medios al servicio de los pueblos, aporten a una educación para la ciudadanía, y edifiquen propuestas novedosas para la democracia, el desarrollo y la tolerancia.

3.3. Contexto Regional.

La formación de comunicadores y comunicadoras sociales en Boyacá comienza en 1992 con el Programa ofrecido por la otrora Corporación Universitaria de Boyacá, hoy Universidad de Boyacá. En 2001 la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD abre Comunicación Social Comunitaria en Sogamoso y Duitama con la modalidad a distancia.

En 2005, ya con la denominación de *Comunicación Social*, comienza a ofrecer el programa en Tunja. Hasta el 2012 la UNAD había profesionalizado a 30 egresados y la Universidad de Boyacá a 296 (SNIES, 2012).

Aunque en una proporción asimétrica, sobre estas dos Universidades recae la formación de comunicadores sociales en el departamento y buena parte de la región. Los aspirantes a comunicadores y comunicadoras de la UNAD, por lo general son personas jóvenes adultas que desarrollan una actividad laboral alterna a sus estudios a distancia autofinanciados. Los estudiantes del Programa en la Universidad de Boyacá, son estudiantes recién graduados del bachillerato, de estratos 3 y 4 principalmente. Proviene en la mayoría de familias de hogares estables y con una fuerte convicción de la educación presencial.

Costos de la formación. Antes mencionamos que la mayoría de los estudiantes de comunicación matriculados en la UNAD autofinancian sus estudios, situación que no ocurre con los estudiantes del Programa de la Universidad de Boyacá, donde un significativo número de matriculados proviene de la región oriental. La mayoría de los municipios boyacenses, especialmente de las provincias Centro, Sugamuxi, Tundama, Occidente y Ricaurte. Y de otros departamentos como Casanare y Santander del Sur.

Del centro del país la población estudiantil vinculada al Programa de la Universidad de Boyacá procede de municipios cundinamarqueses fronterizos con el occidente boyacense, del área de confluencia entre Boyacá y los municipios periféricos de Bogotá; o por transferencias desde universidades bogotanas.

Por las características de su economía familiar y algunos rasgos culturales que implican una familia unida o por lo menos cercana, los padres de estos estudiantes no están en condiciones de costear o permitir una carrera en Bogotá o Bucaramanga, por ejemplo. El programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá ofrece en promedio el 50% menos en los costos en relación con los costos de formación de universidades de la capital del país.

Particularidades salariales de los comunicadores en el contexto. Hay una relación muy estrecha entre los costos de inversión en la formación profesional y las expectativas en la tasa de retorno durante el desempeño laboral. En la región, las particularidades del sector productivo privado y el oficial público hacen que esta expectativa disminuya en un profesional egresado de universidades del centro del país que ha tenido un costo de formación más elevado. De modo que hay una correspondencia mayor entre la expectativa salarial y las posibilidades de ocupación entre el egresado de la Universidad de Boyacá y los potenciales campos de ocupación en la región.

Este fenómeno no necesariamente se generaliza en todas las situaciones. Por ejemplo, no excluye la inserción laboral de egresados de la Universidad de Boyacá en medios, instituciones y empresas del país, como se señala en el capítulo 6.3. del documento general que ilustra el impacto derivado de la formación de los graduados del Programa. ²⁷

Boyacá y sectores vecinos del centro del país, a la luz de las transformaciones de orden político administrativo (procesos de descentralización y proyectos de regionalización) deben urgentemente discutir y planear su proyección dentro de un nuevo escenario donde las regiones, los municipios y las comunidades barriales y veredales se convertirán en focos importantes de desarrollo. Para ello se tendrán que revisar los asuntos culturales desde propuestas comunicacionales que involucren a la Comunicación Comunitaria, Comunicación para la Educación y el Desarrollo, Comunicación y Cultura, Comunicación Organizacional, Producción radial, audiovisual, en prensa y medios alternativos, Gestión de Medios y estudios comunicacionales sobre Audiencias, Agendas de comunicación, Democratización de los medios y Comunicación para la paz y los derechos humanos, como plataformas en esa nueva dinámica.

Hacen falta Comunicadores para acompañar y promover las nuevas maneras de concebir lo local y lo regional, la autogestión comunitaria, el desarrollo, los intercambios multiculturales, los significados de la aldea global, de las nuevas tecnologías al servicio de los pueblos y el empleo y apropiación de los medios de información como instrumentos legítimos de la ciudadanía para su progreso en las áreas educativa, cultural, económica, política y social.

El panorama comunicacional de la región y la localidad, exige la presencia de personal capacitado y comprometido con los fines de la comunicación sociológica (formar, educar, informar, recrear sanamente y generar opinión), de tal manera que el profesional de la Comunicación Social de la Universidad de Boyacá encuentra un amplio campo de acción en el cual puede desempeñarse. Su presencia en las diferentes expresiones del proceso de comunicación sociológico está plenamente justificada, dadas las implicaciones y responsabilidad social de la profesión del Comunicador Social, las cuales no pueden ser manejadas de forma irresponsable a través de improvisaciones, oportunismo, instintos o prejuicios personales. El ejercicio de la Comunicación Social demanda una amplia preparación en lo

²⁷ PRIETO CASTILLO, Daniel (2005). Notas sobre la formación del periodista. En: Diálogos de la Comunicación. [en línea]. No. 19 (2005). [consultado 27 jun. 2018]. Disponible en <<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2011/10/19.pdf>> ROMERO, Ethna, y otros (2011). La Radio y la Opinión Pública en Boyacá. Luis Ángel Osorio Loaiza, Jaime Pulido, Ethna Romero Garzón, Héctor José Vargas. Ediciones Uniboyacá, Tunja, 2011.

humanístico, investigativo, tecnológico y social, ya que están en juego funciones básicas para la sociedad y su desarrollo.

Boyacá cuenta con un número apreciable de estaciones de radiodifusión culturales, de lo cual señala un amplio campo de acción en el que deben participar Comunicadores Sociales idóneos y capaces de responder a las necesidades comunicacionales de la región.

En el campo de la televisión, este medio se ha venido consolidando con la creación del canal regional T.V Andina (Canal 13) y el surgimiento de canales locales como Tele Santiago, El Kanal y los canales provinciales promovidos por las Asociaciones de Recepción de señales de televisión incidentales existentes en Duitama, Sogamoso, Chiquinquirá, Moniquirá, Guateque y Garagoa, entre otros.

Respecto al periodismo impreso, el Departamento tiene una larga tradición que hoy se cristaliza en los 210 periódicos escolares, el periódico Boyacá 7 Días, Puente Boyacense, Entérese, Reflector Regional y Renovación Internacional, medios de gran reconocimiento e impacto social, cuya periodicidad es constante. Igualmente existen otros periódicos y medios impresos como Notas de Boyacá, La Entrevista, Primero Boyacá, Opinión Boyacense, Impacto Boyacense, Neutrón Internacional, Carta Conservadora, Diario del Oriente, Informativo Boyacense, Portavoces Universal, Cabos y Puntas, Dominio Deportivo, Revista Actualidad y Revista Boyacá Siglo XXI, Revista Hunza, Revista Repertorio Boyacense y Revista Cultura, entre otras.

Además, el periodismo digital o electrónico que se desarrolla a través de Portales en Internet también ha hecho su incursión en Boyacá a través de páginas web como Terranew.com, Sobretudo.com; iniciativas boyacenses que se proyectan como alternativas comunicacionales de gran potencialidad e impacto social.

4. IDENTIDAD DEL PROGRAMA.

Tabla 1. Ficha del Programa

Facultad	Ciencias Jurídicas y Sociales
Nombre del Programa	Comunicación Social
Título que Otorga	Comunicador(a) Social
Acto de Creación	Acuerdo 187 del 19 de mayo de 1993
Aprobación	Resolución N°003636 de diciembre 17 de 1991 emanada del Ministerio de Educación Nacional.
Área del Conocimiento	Ciencias Sociales
Nivel de Formación	Profesional pregrado
Duración	9 semestres
Modalidad	Presencial
Código SNIES	20716
Tiempo de funcionamiento	26 años
Resolución registro calificado	Resolución MEN 132 del 3 de enero de 2014
Periodicidad de la Admisión	Semestral
Número de Créditos Académicos	159
Jornada	Diurna
Periodos de Ingreso al Programa	Semestral
Título que Otorga	Comunicador Social

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Registro de Documento Calificado PCSO, 20013

4.1. Misión del Programa.

Inspirados en el poder del saber formar Comunicadores Sociales libres, responsables, críticos y comprometidos socialmente.

La relación directa entre la misión institucional de la Universidad de Boyacá y la misión del Programa de Comunicación Social se sustenta en cuatro principios fundamentales, expresados claramente en ambos casos así:

La formación: en el caso de la Universidad, de hombres y mujeres. Específicamente en el Programa, de Comunicadores Sociales, se ha privilegiado la formación, entendiendo que la sociedad contemporánea necesita personas,

ciudadanos de bien, que trasciendan el ámbito de las disciplinas y fortalezcan las relaciones humanas, como sustento de un tejido social más fuerte e identificado.

La libertad: como fuente de autonomía y de inspiración, para que en el actuar personal, profesional y social, el individuo sea capaz de identificarse con principios universales, los valore, comparta y entienda como parte de su libre desarrollo, aceptando siempre la diferencia y el respeto por los demás, situación que señala el entendimiento y ejercicio pleno de este principio.

La criticidad: que se convierte en el origen o afán de búsqueda, de indagación y de cuestionamiento por el mundo. Esta capacidad de análisis y de crítica, de sí mismo y del entorno, predispone al individuo hacia la consulta e investigación de los fenómenos presentes en su entorno, para descifrarlos, explicarlos, aprehenderlos y desaprehenderlos, de acuerdo con las nuevas y cambiantes realidades.

El compromiso social: asumido como el resultado o el punto de llegada que le permite al individuo y al profesional ser útil a la sociedad. En este sentido, se privilegia el sentido, la responsabilidad y la pertinencia de las profesiones y de sus profesionales en la esfera de lo social, lo colectivo y lo público.

En el caso del Programa, se ha incorporado a la Misión el principio de la **Responsabilidad** al considerar que el ejercicio de la Comunicación Social debe estar presidido por este aspecto, teniendo en cuenta las funciones que cumple la profesión y la importancia capital de la misma en la consolidación de una sociedad participativa, solidaria, justa y democrática.

De esta forma, se observa como la misión del Programa se deriva de la misión institucional, lo cual resulta lógico, teniendo en cuenta que éste pertenece al Alma Mater y obedece a unos principios corporativos, que a su vez se sustentan en necesidades y realidades sociales concretas.

Respecto a la malla y estructura curricular del Programa, los principios misionales de la Universidad y del Programa, se incorporan transversalmente, a través de soportes epistemológicos y pragmáticos, que tiene asidero y relevancia en cada uno de los cursos y áreas de formación, las cuales son:

- ◆ Área de Humanidades y Ciencias Sociales
- ◆ Área de Fundamentación Conceptual
- ◆ Área de Comunicación y Expresión
- ◆ Área de Gestión
- ◆ Área Tecnológica

- ◆ Área de Investigación
- ◆ Área de Formación Integral

4.2. Visión del Programa.

Ser el mejor programa de Comunicación Social de la región, con un sólido posicionamiento nacional e internacional. (Resolución N° 072 del 16 de junio de 2015)

El programa de Comunicación Social ha incorporado en su visión los propósitos de calidad, mejoramiento continuo y excelencia previstos por la Institución en su Visión de “Ser los Mejores”

En atención a ello ha creado un círculo de calidad que se configura desde los principios mismos de la Institución, por lo cual el Programa definió su visión así: “Ser el mejor programa académico de Comunicación Social del país”.

Para lograr este propósito el Programa hace una apuesta ética por la formación integral de sus estudiantes, a partir de un proceso de construcción colectiva, en donde la experiencia profesional y de vida de sus directivos, docentes, egresados y estudiantes se conjugan para generar diversas maneras y formas de pensar, hacer y sentir la comunicación, como un valor supremo del individuo y de la sociedad, el cual es imprescindible en todo proceso de desarrollo humano y social.

En coherencia con los preceptos institucionales, la visión del Programa es un factor de inspiración y de motivación para todos los estamentos porque pone de manifiesto un compromiso individual y colectivo, encaminado hacia la consolidación de la excelencia en todos sus procesos, para aportar al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, mediante la dinamización de los procesos comunicacionales, en donde la formación humana y profesional integral, soportada en la libertad, la criticidad, la responsabilidad y el compromiso social son fundamentales en su quehacer.

4.3. Objetivos del Programa.

4.3.1. Formación

La definición de los objetivos formativos del programa de Comunicación Social se presenta a partir de las habilidades, destrezas y competencias deseadas en el profesional. Fundamentalmente son los siguientes:

- ◆ Formar personas con un alto sentido y respeto por la libertad individual y colectiva, capaces de actuar con responsabilidad y criterio frente a los resultados de sus acciones, actuando con rectitud y conforme a los principios éticos de la profesión.
- ◆ Promover la autonomía en la toma de decisiones, conciencia acerca de las implicaciones de sus acciones directas o mediatizadas y con una voluntad férrea capaz de resistir las tensiones del ejercicio de su profesión.
- ◆ Fomentar en el estudiante la capacidad de analizar, interpretar y proponer reflexiones acerca de su realidad social, afrontando con liderazgo y responsabilidad las opiniones propias y ajenas, creando un clima de tolerancia que le permita interpretar los fenómenos y contextos socioculturales.
- ◆ Desarrollar en los futuros profesionales la capacidad de gestión comunitaria, líderes y gestores de cambios sociales, que ejerzan responsablemente su profesión y favorezcan el respeto por la pluralidad y la diferencia en los procesos de comunicación.
- ◆ Motivar en el educando la capacidad de entender, manejar y crear nuevas posibilidades de desarrollo del conocimiento en su disciplina, con capacidad de trabajo en equipos interdisciplinarios de investigación y de extensión.
- ◆ Promover la capacidad de análisis, interpretación, abstracción, creatividad y competencia comunicativa del estudiante, que le permita entender y perfeccionar los procesos comunicacionales presentes en su entorno con el fin de crear nuevos lenguajes y alternativas de expresión.
- ◆ Formar individuos con un profundo sentido de la sensibilidad, la solidaridad, la equidad, la ética y la estética, para que puedan ser actores sociales que lideren cambios en sus comunidades que permitan el establecimiento de una sociedad más justa, libre, democrática, solidaria y participativa.

4.3.2. Docencia.

- ◆ Motivar la continua formación del cuerpo docente en programas de especializaciones, Maestrías y Doctorados, preferiblemente en áreas de desarrollo de la Profesión que fortalezcan el Programa y lo proyecten en el ámbito nacional e internacional.
- ◆ Promover intercambios de docentes entre instituciones nacionales e internacionales para propender por una actualización constante sobre las tendencias de formación en Comunicación Social.
- ◆ Estimular la búsqueda de nuevas estrategias metodológicas y pedagógicas para el mejoramiento continuo del proceso de enseñanza – aprendizaje.
- ◆ Propiciar el diseño y aplicación de materiales de apoyo elaborados por los docentes del Programa a partir de su experiencia pedagógica.

- ◆ Facilitar la capacitación y actualización permanente de los profesores en docencia y pedagogía.
- ◆ Establecer como requisito docente de admisión la acreditación de formación en docencia y pedagogía.
- ◆ Motivar la participación de los docentes en redes académicas especializadas en las áreas de interés del Programa.

4.3.3. Investigación.

- ◆ Fortalecer la línea de investigación de la Facultad, la sublínea de investigación y las áreas de interés del Programa.
- ◆ Fortalecer el grupo de investigación existente y propender por la formación de nuevos grupos de investigación.
- ◆ Consolidar los semilleros de investigación existentes en el Programa.
- ◆ Obtener el reconocimiento de las entidades especializadas y financiadoras de los procesos investigativos.
- ◆ Propiciar una formación investigativa más holística a través de equipos interdisciplinarios con estudiantes y profesionales de otras áreas para desarrollar proyectos integrales que solucionen problemas relacionados con el Programa.
- ◆ Estimular la cultura investigativa entre los estamentos académicos docente y docente del Programa.

4.3.4. Proyección Social.

- ◆ Fortalecer el desarrollo de proyectos de extensión de carácter interdisciplinario en los cuales participen los diferentes estamentos del Programa.
- ◆ Ampliar la participación en programas de trabajo comunitario intersectorial e interinstitucional.
- ◆ Mejorar los proyectos de extensión destinados a la comunidad académica de la Universidad de Boyacá.

4.3.5. Difusión

Con el objetivo de divulgar las actividades y los procesos investigativos, académicos y formativos del programa de Comunicación social, se han diseñado tres líneas de difusión las cuales se articulan con las funciones sustantivas del programa: docencia, investigación y proyección social.

Las líneas de difusión son las siguientes:

4.3.5.1. Promoción y Divulgación:

El objetivo de esta línea de difusión es promocionar y divulgar las actividades académicas y los procesos investigativos y formativos del programa de Comunicación Social en medios locales, regionales y nacionales, para lo cual se cuenta con espacios en los programas Boyacá Despierta y De Mañanita, emitidos por los canales de televisión regional Telesantiago y El Kanal respectivamente, y con el magazín Proyección Universitaria, emitido por El Kanal. Para la divulgación en redes sociales y medios digitales, el programa cuenta con el Periódico Agenda Ciudadana y la Emisora Virtual UB Virtual Radio.

Así mismo, con el fin de promocionar el programa de Comunicación Social en los estudiantes de últimos años de bachillerato, se realizan jornadas de información en colegios urbanos y rurales, orientadas por los docentes del programa.

4.3.5.2. Acciones de Proyección Social y Extensión:

Esta línea de difusión tiene como objetivo contribuir al desarrollo social por medio del trabajo con comunidades urbanas, rurales y campesinas, así como con instituciones de carácter social y educativo, con la finalidad de que los docentes realicen sus proyectos de proyección social y los estudiantes realicen sus trabajos de grado con talleres en colegios en áreas rurales y urbanas. Estos talleres tienen la finalidad de que los jóvenes integrantes de las comunidades conozcan y se apropien de las herramientas comunicativas, y son orientados por los estudiantes y docentes del programa de Comunicación Social desde asignaturas como Comunicación y Educación y el Semillero de Investigación Trama Invisible.

4.3.5.3. Difusión de las Disciplinas:

Con el objetivo de difundir los procesos académicos, investigativos y formativos realizados en las asignaturas del programa de Comunicación Social, se realizan proyectos mediales de divulgación científica y cultural, como la revista UnPretexto, que forma parte de la asignatura Periodismo Narrativo; proyectos audiovisuales en las asignaturas Video Básico, Comunicación y Cultura, Narrativa Audiovisual, Géneros y Formatos Audiovisuales y Televisión; proyectos radiales en las asignaturas Producción Radial y Radio Básica; y proyectos de formación de públicos como el Cineclub Ojo al Cine de la asignatura Apreciación Cinematográfica. Así mismo el programa promueve la participación de los docentes en eventos nacionales e internacionales, la publicación de libros resultado de investigación, y la publicación de artículos científicos y trabajos de grado en revistas especializadas.

Por medio de los semilleros de investigación Lexina, Cinco Sentidos, Esfinge y Kinoks, los estudiantes realizan sus trabajos de grado y participan en eventos académicos regionales y nacionales como el Encuentro de Semilleros de Investigación de Redcolsi, el Encuentro de Semilleros de Investigación en Comunicación de Afacom, entre otros. Así mismo, durante su intercambio académico, los estudiantes del programa participan como ponentes en eventos internacionales, divulgando los procesos formativos e investigativos de los que hacen parte. El programa de Comunicación Social también realiza periódicamente eventos, conversatorios, conferencias y ponencias de resultados de investigación y proyección social de docentes, estudiantes e invitados nacionales y extranjeros.

5. PERFILES

5.1. Perfil de Ingreso

El aspirante a estudiar el programa de Comunicación Social en la Universidad de Boyacá, de acuerdo con el Modelo Pedagógico Institucional, se ha definido como un ser humano singular que proviene de un contexto social heterogéneo, con una historia personal y familiar y poseedor de diversas experiencias²⁸, que se espera posea las siguientes características:

Una persona coherente y de mente abierta: con capacidad de comprender y aceptar diferentes contextos de aprendizaje, ser receptivo para aceptar el avance del conocimiento, libre de prejuicios y dispuesto al juicio crítico y a la transformación del mismo. Lo que implica sensibilidad e interés por la cultura, la economía, la política y los fenómenos culturales; manifestación de respeto por la expresiones culturales, ideológicas y religiosas; disposición a adquirir una amplia visión de mundo, con respeto por la diversidad de culturas, los individuos y por las comunidades donde pueda relacionarse; sensible a la crítica, con capacidad de análisis y apertura al diálogo respetuoso²⁹.

Un aspirante con potencial de desarrollo: La Universidad parte de la concepción de que todo individuo tiene las capacidades de desarrollo frente a la adquisición de competencias; en este sentido, se busca que el aspirante descubra sus fortalezas a partir de los procesos específicos de formación en el Programa de Comunicación Social, que le brinda la Institución, para comprometerse en la búsqueda de soluciones de su entorno social; con alguna preparación para profundizar en el manejo de un idioma extranjero, con intereses en aprender a generar empresas de comunicación³⁰.

Un ser humano motivado, creativo, propositivo: La Universidad de Boyacá busca en sus aspirantes seres motivados, creativos y propositivos frente a un proceso de formación integral, donde adquieran las competencias necesarias para el futuro desempeño profesional, en el programa de Comunicación Social, dispuestos a desarrollar la capacidad investigativa para la formulación de proyectos interdisciplinarios de gestión del cambio social; con sentido de la ética y la moral; interesado en formarse como pedagogo para la formación de públicos; con

²⁸ Universidad de Boyacá. Resolución No. 181 A del 05 de diciembre de 2015. Tunja, Boyacá.

²⁹ Universidad de Boyacá, Programa de Comunicación Social. Concepción del Proceso de Enseñanza Aprendizaje, Tunja Boyacá, 2017. Pág. 6

³⁰ *Ibidem*, Concepción del proceso de enseñanza aprendizaje

creatividad y disposición a formarse para construir mensajes para los diferentes medios de comunicación³¹.

Un ser humano relacionado con el entorno: La Universidad de Boyacá busca en sus aspirantes la sensibilidad frente a problemáticas y dinámicas del entorno que le permitan a futuro Comunicador Social, ejercer acciones de cambio y transformación social, que los lleve a ser intérprete los procesos tecnológicos, sociales, políticos y económicos de la sociedad; interés para aprovechar las nuevas tecnologías en el campo de las telecomunicaciones.

5.2. Perfil de Egreso

El currículo del programa de Comunicación Social propende por la formación de profesionales con condiciones tales como:

- ◆ Individuos críticos y analíticos abiertos al diálogo respetuoso.
- ◆ Profesionales interesados por la cultura, la política, la economía y los fenómenos sociales.
- ◆ Respetuosos de las expresiones culturales, políticas, ideológicas y religiosas.
- ◆ Personas con una amplia visión del mundo, respetuosos de la diversidad de culturas y de los individuos y de las comunidades con las cuales se interrelaciona personal y profesionalmente.
- ◆ Seres creativos capaces de construir mensajes para los diferentes medios de comunicación e información, con sentido humanístico, educativo, libertario y solidario.
- ◆ Interesados y comprometidos con la búsqueda de soluciones a las necesidades de su entorno social.
- ◆ Investigadores sociales capaces de formular y desarrollar proyectos interdisciplinarios que gesten cambios sociales.
- ◆ Respetuosos de los derechos humanos.
- ◆ Con una estricta ética y moral.
- ◆ Poseedores de una gran sensibilidad artística y social.
- ◆ Pedagogos formadores de públicos.
- ◆ Intérpretes de los procesos políticos, sociales, tecnológicos, económicos y culturales presente en la sociedad.
- ◆ Idóneos en el manejo del idioma español y de otro diferente a este.
- ◆ Capaces de adaptarse, interpretar y manejar las nuevas tecnologías en el campo de las telecomunicaciones.
- ◆ Capaces de generar empresas en el área de la Comunicación Social.

³¹ Ibídem, Concepción del proceso de enseñanza aprendizaje

5.3. Perfil Ocupacional

Los Comunicadores Sociales egresados de la Universidad de Boyacá estarán en capacidad de:

- ◆ Diseñar mensajes y desarrollar programas educativos, culturales, científicos e informativos a través de los medios masivos de comunicación.
- ◆ Realizar investigaciones sociales de carácter interdisciplinario.
- ◆ Dominar la técnica comunicativa en los diferentes medios de comunicación e información.
- ◆ Desarrollar programas en el área de la comunicación empresarial y de la comunicación organizacional.
- ◆ Liderar procesos educativos a través de los medios de comunicación.
- ◆ Gestar y gestionar nuevas empresas en el área de la comunicación empresarial y de los medios de información.
- ◆ Diseñar programas educativos, culturales, científicos y de desarrollo a través de los medios masivos de información y de comunicación.
- ◆ Entender los procesos políticos, sociales, tecnológicos, económicos y culturales del mundo.
- ◆ Analizar y comprender los problemas sociales asociados a la producción comunicativa e informativa.
- ◆ Dominar la técnica comunicativa, producir, interpretar y evaluar mensajes en los diferentes medios de información.
- ◆ Liderar procesos educativos a través de los medios de información y comunicación.
- ◆ Elaborar mensajes creativos que cumplan las funciones comunicacionales de informar, educar, recrear y generar opinión.

6. MARCO PEDAGÓGICO DEL PROGRAMA.

6.1. Concepción Pedagógica

El currículo del programa de Comunicación Social está circunscrito al modelo pedagógico institucional definido mediante el Acuerdo 416 del 21 de marzo de 2003. En él se definen los componentes, principios, propósitos y enfoques pedagógicos, que expresan las diferentes prácticas realizadas en la institución, como se puede apreciar en el siguiente cuadro que sintetiza el Modelo Pedagógico institucional.

Tabla 2. Modelo Pedagógico de la Universidad de Boyacá

PARÁMETROS	Universidad de Boyacá
Objetivo	Brindar a los estudiantes los espacios de formación que les permitan desarrollar cualidades tanto personales como profesionales que se conviertan en la impronta del egresado de la Universidad de Boyacá.
Visión	“Ser los mejores”
Misión	“Inspirados en el poder del saber, formar hombres y mujeres libres, críticos y comprometidos socialmente”.
Principios	Filosófico Psicológico Sociológico Ético
Valores	Libertad. Lealtad. Honestidad. Justicia. Solidaridad. Respeto. Compromiso. Responsabilidad. Autonomía.
Sociedad por construir	Una sociedad en paz, justa y equitativa, pluralista, solidaria y en desarrollo permanente.
Competencias	Genéricas: <ul style="list-style-type: none"> ◆ Ético ciudadanas ◆ Liderazgo y afrontamiento al cambio ◆ Comunicativas ◆ Investigativas y de procesamiento de la información. Específicas: <ul style="list-style-type: none"> ◆ Pensamiento comunicacional. ◆ Expresiva ◆ Gestora-emprendedora ◆ Humanística

Enfoque curricular	Flexible; con perspectiva transdisciplinar; integral; pertinente; crítico y con proyección internacional.
Papel del docente	Facilitador del aprendizaje Motivador del desarrollo Orientador y guía Tutor de desarrollo integral
Papel del estudiante	Gestor de su propio conocimiento Autónomo Con capacidad para el trabajo colaborativo Con capacidad de adaptación a las exigencias del entorno nacional e internacional. Creativo Coherente entre el sentir, pensar, decir y actuar
Evaluación	Entendida como un proceso permanente. Basada en competencias.
Investigación	Inherente a la docencia Propicia la generación de nuevo conocimiento Orientado a la solución de problemas del entorno Crea las condiciones para incentivar en los estudiantes el deseo de aprender a aprender.
Proyección social	Proceso articulado a la docencia e investigación Compromiso de responsabilidad social A través de la intervención en la comunidad se espera coadyuvar a la mejora de calidad de vida de las comunidades.

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Acuerdo del Consejo de Fundadores No.064 del 21 de marzo de 2013.

El modelo pedagógico de la Universidad de Boyacá se estructura a partir de la “idea de Universidad” como síntesis de la experiencia de sus fundadores, quienes plasmaron en los referentes misionales y visionales un tipo de institución, que desligada del entorno socio-político permitiera la generación de un espacio institucional dotado de independencia y que, teniendo como referente el saber universal, pudiera atender de manera inteligente la comprensión de las realidades siempre cambiantes.

Surgió así un proyecto de Universidad que a partir del concepto de universalidad del conocimiento y fundamentado en el poder del saber, se apoyó en su carácter general para particularizarlo y contextualizarlo en la formación de sujetos libres, críticos y comprometidos socialmente. En el proceso de desarrollo de la Universidad, las ideas rectoras iniciales han evolucionado utilizando diferentes modelos pedagógicos, abordando al ser humano en su múltiple dimensión biológica,

psíquica, social, afectiva y racional, siempre en relación con un contexto complejo y cambiante por las dinámicas sociales, científicas y tecnológicas.

Como consecuencia de lo anterior, la fundamentación que soporta la propuesta del Modelo Pedagógico de la Universidad de Boyacá recoge la complejidad como elemento central para el abordaje de los procesos pedagógicos y responde a una transformación conceptual, mediada por el avance de las teorías y por los mismos objetivos educativos trazados por la Institución para formar profesionales idóneos en cada una de las disciplinas vinculadas a las diferentes áreas del conocimiento. Por esta razón, se concibe un modelo basado en la complejidad a través del cual se privilegia una interacción reflexiva entre las diferentes didácticas, estrategias y estilos de aprendizaje.

Por tratarse de un proceso reflexivo y en virtud del dinamismo de las ciencias caracterizadas por la transdisciplinariedad, la Universidad proyecta la formación de sujetos con capacidad para comprender y afrontar las incertidumbres en el desarrollo del conocimiento desde una visión compleja, donde la condición humana del individuo singular se integre con la sociedad y la especie humana como un todo. En esta forma se logra una conciencia común y de solidaridad, avanzando así hacia la construcción de nuevas mentalidades capaces de enfrentar los retos contemporáneos de cara a la supervivencia del género humano, la comprensión entre las diferentes culturas y la consolidación de una ética global.

Para afrontar los retos del tercer milenio, la Universidad de Boyacá destaca en el Modelo Pedagógico el tipo de ser humano que aspira formar, quien debe tener un papel activo con responsabilidad en su formación, en la permanente construcción de un proyecto ético de vida, que vivencie la conciencia ecológica, con capacidad de asumir la diversidad y multiculturalidad, y en donde se conciba como individuo multidimensional. Igualmente, en este proceso el docente es el mediador, facilitador y creador de ambientes de aprendizaje, que faciliten el desarrollo de competencias mediante la integración del ser, el hacer, el conocer y el convivir, soportado en una estructura curricular que privilegia la flexibilidad, la interdisciplinariedad y la aproximación a espacios reales de desempeño laboral.

La misión de la Universidad de Boyacá reivindica la intención educativa en torno al tipo de hombre y de sociedad que se quiere contribuir a formar y la sitúa dentro del contexto histórico, político, social y cultural en el cual este proceso de formación se consolida, sintetizando de manera omnicomprensiva los elementos que constituyen su misión: "Inspirados en el poder del saber, formar hombres y mujeres libres, críticos y comprometidos socialmente", unidades que aportan al Modelo Pedagógico una estructura de significado, señalando a la Institución la trayectoria de su quehacer educativo y posibilitando la reflexión y la autocrítica permanente para

modificar las prácticas pedagógicas en la medida en que el conocimiento y los saberes transforman la cultura de los colectivos humanos.

La visión institucional convoca a la comunidad educativa a mantener una actitud de mejoramiento permanente. “Ser los mejores” y conservar ese estatus requiere de un trabajo mancomunado en el que los actores del proceso formativo cumplen un papel protagónico en aras de orientar la enseñanza y el aprendizaje hacia el logro permanente de la calidad tanto personal como profesional [MPFR1].

En el caso del Programa, la operacionalización del Modelo Pedagógico en el microcurrículo comienza con la planeación académica, la cual se realiza de manera colectiva a través de las reuniones de área para que en cada curso o asignatura se forme y evalúe por competencias, prestando especial atención al fortalecimiento y valoración de los saberes: conocer, hacer, ser y convivir.

Dichos saberes y el proceso formativo en sí mismo, parten de los principios que presiden el quehacer académico, tanto institucional como del Programa, con énfasis en la libertad, la responsabilidad, la criticidad, el compromiso social y la solidaridad, entre otros aspectos que son fundamentales en la formación de los futuros profesionales y en el ejercicio de la Comunicación Social, los cuales están presentes en el desarrollo de las actividades académicas de carácter teórico y práctico, tales como cátedras magistrales, talleres, mesas redondas, foros, exposiciones, debates, muestras de productos comunicativas y salidas académicas, en las cuales participan regularmente estudiantes y docentes, aunque también se cuenta con participaciones esporádicas de egresados y empleadores para fortalecer la interacción con el sector productivo y realimentar el proceso formativo.

En estos escenarios de aprendizaje, el papel del docente – tutor, se concentra en favorecer en el estudiante el aprendizaje mediante el análisis crítico de los diferentes textos y contextos, para que con responsabilidad y conocimiento, argumente, interprete, proponga, sustente y cree mensajes con sentido, a partir de un juicioso ejercicio de búsqueda, investigación, diálogo, interacción y proposición con los diferentes actores sociales que hacen comunidad, o ponen común, característica propia de la naturaleza del Programa.

Respecto a los educandos, en desarrollo del modelo pedagógico institucional y del Programa, su papel fundamental es de interlocutor válido, con capacidad para aprender, liderar procesos comunicativos, interactuar, interpretar y proponer soluciones comunicacionales a las necesidades sociales del entorno, para aportar al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, proceso en donde es fundamental la auto revisión, auto regulación y autonomía.

6.2. Concepción Curricular

En el Proyecto Educativo del Programa, se concibe el currículo como un plan de ruta que integra el desarrollo personal y profesional del comunicador social de la Universidad de Boyacá donde se responde a las necesidades cognoscitivas de los estudiantes, en tal sentido la organización de las áreas se da de manera transversal vinculando desde los primeros semestres hasta los últimos elementos epistemológicos y pragmáticos. Las áreas que integran el currículo son Humanidades y Ciencias Sociales, Fundamentación Conceptual, Comunicación y Expresión, Gestión, área Tecnológica, Investigación y área de Formación Integral. Estas áreas que componen el plan de estudios se correlacionan con las competencias específicas del programa que se orientan a la formación de comunicadores y comunicadoras que desarrollen un pensamiento comunicación, que reflejen las competencias comunicativa, expresiva y humanística.

Comunicadores gestores de liderazgo y con una fuerte formación investigativa. La articulación entre las áreas de estudios de la comunicación, la práctica profesional, y la participación en espacios pedagógicos alternativos, igual que los intercambios académicos internacionales, entre otros conforman el derrotero curricular del programa.

Los contenidos se articulan con métodos de enseñanza acordes al Modelo Pedagógico Institucional y las tendencias pedagógicas actuales, es un currículo flexible que da la posibilidad de desarrollarse a partir de resolución de problemas, proyectos de aula, seminario alemán, seminario-taller, práctica empresarial y clase magistral.

El currículo y su metodología está pensado para cumplir con el fin de formar comunicadores y comunicadoras integrales para que se desempeñen en el ejercicio profesional con sentido ético y humanista, que proyecte un plan de vida acorde a sus aspiraciones. Profesionales capaces de enfrentar la incertidumbre, líder y promotor de cambio para impactar y asumir los retos sociales siempre pensando en aportar con el desarrollo integral del entorno social.

6.2.1. Estrategias Didácticas y Pedagógicas

La estructura curricular del programa de Comunicación Social, ha tenido en cuenta el modelo pedagógico institucional y las tendencias pedagógicas mundiales que propenden por el fortalecimiento de la educación por competencias, para lo cual se implementan las siguientes estrategias pedagógicas:

“Los proyectos de aula: plantea que el pensamiento tiene su origen en una situación problemática que los individuos en cooperación han de resolver mediante una serie de actos voluntarios. Lo que se pretende es que el estudiante no advierta diferencia entre la vida exterior y la vida universitaria.”³²

Siendo coherentes con el propósito de flexibilizar el currículo del programa de Comunicación Social, también se ha querido que esta metodología sea flexible en tanto a su aplicación, la cual puede abarcar proyectos:

“Globales: en los que se funden todos los cursos (psicología, historia, sociología, etc.), desarrollando proyectos complejos en torno a núcleos temáticos como la familia, las instituciones sociales, las civilizaciones, etc.

Por actividades: se implementan para desarrollar actividades, valores, procesos de socialización, experiencia social, cooperación. Se pueden utilizar desde juegos, representaciones hasta investigaciones de archivo, visitas académicas, etc.

Por problemas culturales y/o cotidianos: la pobreza, la violencia, el rock, el rap, la drogadicción, el aborto, las relaciones de pareja y muchos más son temas problema que pueden abordarse no solo como proyectos de investigación en el aula, sino como proyectos culturales que puedan ser mostrados públicamente. Cabe anotar que la mirada interdisciplinaria siempre debe estar presente.

Por tópicos: se trabajan problemas coyunturales o estructurales de un grupo social, ya sean de actualidad o un momento histórico determinado”³³

- ◆ **La metodología de la resolución de problemas:** esta metodología implica razonamiento científico (causal, inferencial, conceptual). Se constituye en la principal metodología para la articulación de los contextos de aprendizaje.
- ◆ **El seminario alemán,** el cual se centra en el fomento del rigor metodológico. Los recursos didácticos son principalmente la consulta, el estudio, la reflexión individual, las discusiones socializantes, confrontación académica entre pares, orientada por el análisis y la síntesis. Todos exponen, controvierten y escriben.
- ◆ **El Seminario – Taller,** que combina aspectos del seminario alemán con medios didácticos particulares y organizativos como la conformación de

³² DE ZUBIRÍA, Sergio; BUSTAMANTE ZAMUDIO, Guillermo y otros. El concepto de competencia: una mirada interdisciplinaria. Bogotá D.C.: Sociedad Colombiana de Pedagogía, 2002, p. 167 – 168.

³³ Ibid.: p. 169.

grupos de entre tres a cinco personas para la confrontación, reuniones plenarias en las cuales los relatores son los ponentes.

- ◆ **La práctica empresarial**, actividad que se realiza en una empresa con el objetivo de reforzar en los estudiantes las capacidades creativas, de investigación, análisis, interpretación y reflexión propias de su profesión.
- ◆ **El estudio de caso**, cuyo objetivo es hacer un análisis de un problema de la vida real dentro de un contexto determinado, aplicando y teniendo en cuenta unos fundamentos teóricos.
- ◆ **Desarrollo de proyectos basados en necesidades del entorno**. A partir de una necesidad expresada por un ente externo a la institución, se hace un análisis a partir del cual se propone e implementa una solución determinada.
- ◆ **Clase magistral** para apoyar y reforzar los conceptos teóricos básicos.
- ◆ **Evaluaciones diagnósticas** que permiten medir las condiciones iniciales de los estudiantes al ingresar a un curso específico.

6.2.2. Contextos posibles de aprendizaje

A lo largo de la gestión académica del programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá, se han podido identificar varios contextos posibles de aprendizaje los cuales se resumen así:

- ◆ Universidad, como lugar de simulación de problemas.
- ◆ La cotidianidad.
- ◆ La Comunicación Social como disciplina científica.
- ◆ El entorno cultural.
- ◆ Las situaciones nuevas o creativas.
- ◆ Las situaciones mediáticas precisas o determinadas resueltas idóneamente.
- ◆ Los medios masivos de comunicación y sus discursos.
- ◆ El ámbito empresarial y organizacional.
- ◆ Las salas de lectura, las aulas de clase, las bibliotecas, hemerotecas, las bases de datos, la Internet, las videotecas, las audiotecas.
- ◆ El mundo, el país, la región y la localidad también pueden ser contextos posibles de aprendizaje.
- ◆ Las permanentes transformaciones sociales, culturales, políticas, económicas, tecnológicas, científicas, etc.

Dentro de este orden y nivel de contextos se desenvuelven y desarrollan los agentes, las prácticas y las interrelaciones presentes en el proceso de aprendizaje y educación del programa de Comunicación Social para la producción, reproducción y circulación de los textos creados en cada contexto. Así mismo, en términos generales, la estructura curricular del Programa es flexible y permite que los

estudiantes puedan ser gestores de su autoaprendizaje y formación a partir de sus propias expectativas. La flexibilidad curricular se puede evidenciar en el peso del componente electivo (14%) lo cual permite a los estudiantes indagar, seleccionar y estructurar su formación de acuerdo con sus propias expectativas.

Adicionalmente, la estructura curricular del Programa facilita el trabajo interdisciplinario; de hecho, toda su estructura está fundamentada en relaciones de apoyo con disciplinas como la sociología, la historia, la economía, la política y la culturología, entre otras, favoreciendo con ello el análisis universal y crítico desde la lectura de los procesos mediáticos y su relación con los fenómenos comunicacionales asociados a la cotidianidad de la sociedad.

6.3. Competencias

Las competencias pueden ser definidas como los métodos educativos cuyo objetivo es la promoción del desarrollo de las capacidades individuales de los estudiantes, de tal manera que faciliten su juicio crítico y acción profesional creativa en el mundo contemporáneo, condiciones que le permitan abordar de manera consciente y proactiva los problemas propios y los de su entorno.

Este concepto se fundamenta en la interacción de saberes: saber ser, saber saber y saber hacer, que se desarrollan en los comportamientos personales, en el conocimiento científico y en la aplicación práctica del conocimiento, aspectos presentes en la estructura curricular del programa de Comunicación Social.

Desde su creación el programa de Comunicación Social se ha concebido como el espacio idóneo para el desarrollo de unas competencias que propendan por el progreso integral de la persona, fundado, de una parte, en los lineamientos para una correcta interacción, desde el contexto de la complejidad, para una mejor comprensión de los cambios y nuevos fenómenos sociales y, de otra parte, tomando los lineamientos establecidos en Colombia para la enseñanza universitaria.

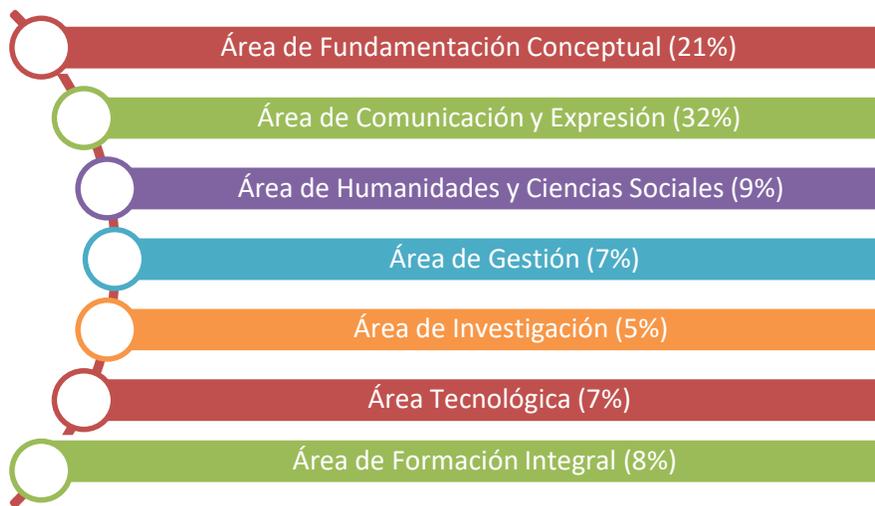
6.3.1. Competencias del Programa.

En el programa de Comunicación Social la competencia se entiende como el saber hacer, crear, desarrollar y aplicar conocimientos, destrezas y habilidades, orientadas a la solución de problemas a partir de la comunicación, mediante el análisis, la lectura, la investigación e interpretación de contextos, utilizando lenguajes específicos para un ejercicio profesional con responsabilidad social. Es oportuno señalar que el modelo es concordante con los lineamientos institucionales, que acogieron parcialmente los planteamientos de varios estudiosos en el tema de

las competencias como Sergio Tobón y del pensamiento complejo, como es el caso del profesor francés Edgar Morín.

El plan curricular flexible, responde a las necesidades de formación del entorno y a los principios misionales de la Universidad y del Programa, que se incorporan transversalmente, a través de soportes epistemológicos y pragmáticos, que tiene asidero y relevancia en cada uno de los cursos y áreas de formación, las cuales son

Ilustración 3. Áreas del Plan de Estudios.



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Documento de Competencias Específicas del Programa de Comunicación Social, 2017

Cada área está estructura para que el estudiante desarrolle una o dos competencias ya sean competencias institucionales o una competencia específica:

Ilustración 4. Relación de áreas con competencias institucionales y específicas



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Documento de Competencias Específicas del Programa de Comunicación Social, 2017

6.3.2. Competencia de Pensamiento Comunicacional

Si algún nombre tiene la sociedad actual es “*sociedad de la comunicación y la información*”. Este hecho de por sí concita una situación cargada de oportunidades y contradicciones en la que los medios de masas y por tanto quienes los orientan son portadores de un notable poder. Bajo este panorama podemos decir que el papel del comunicador en la sociedad de masas está cargado de fuertes y generalizados reclamos: muy instrumental, poco ético y crítico, replicador de discursos hegemónicos, banalizador de la realidad social, insensible a los dramas humanos, etc.

Con lo discutible que puedan ser estas acusaciones, que no necesariamente son una responsabilidad personal sino estructural, el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá ha establecido los siguientes núcleos problémicos a

los que debe atender el desarrollo de la competencia específica referente al área de fundamentación conceptual:

- ◆ El comunicador social requiere estructurar una fundamentada discusión epistemológica sobre el estatuto científico de la comunicación de masas.
- ◆ El comunicador social debe construir una mirada científica con perspectiva histórica sobre los contextos en los que se han originado y desarrollado los diversos estudios sobre la comunicación de masas.
- ◆ El comunicador social debe conocer y dominar los postulados y conceptos centrales de las más importante teorías, enfoques y modelos que han dicho algo sobre el fenómeno de la comunicación social.

Básicamente los elementos de esta competencia apuntan a que el comunicador social pueda:

- ◆ Comprender los fundamentos epistemológicos que aceptan o refutan el estatuto científico de la comunicación de masas en el marco de los problemas teóricos y prácticos de este fenómeno.
- ◆ Organizar conceptualmente una perspectiva histórica del origen y desarrollo de los estudios sobre la comunicación de masas en relación con los contextos sociales, políticos, económicos y culturales en los que se produjeron.
- ◆ Diferenciar los contenidos y aportes de las principales corrientes, teorías, enfoques y modelos de la comunicación de masas desde las referencias de textos científicos, las agendas de los medios y las prácticas culturales.

6.3.3. Competencia Expresiva

La competencia expresiva tiene una estrecha relación con los saberes semiótico y pragmático, por lo que se requiere del conocimiento de un saber específico que habilita al ser para desarrollar actos comunicativos desde cualquier contexto y establece que dichos procesos tengan criterios de calidad desde lo oral, audiovisual, kinésico o escritural.

La razón de ser de un acto comunicativo se evidencia a partir de la correspondencia entre conocimiento, uso de las reglas y habilidades discursivas que todo individuo posee. El comunicador social requiere potencializar sus prácticas comunicativas para cumplir con la función de significar y comunicar a través del uso de diferentes estrategias y formatos.

En relación con a los formatos y prácticas de comunicación nos concurre la importancia de pensar alrededor de la formación de comunicadores que piensen sus formas discursivas con índices de calidad, reflexión que surge de la evidencia de deficiencias relacionadas con:

- ◆ Desconocimiento de estructuras narrativas y diferenciación entre géneros y formatos escriturales.
- ◆ Imitación de formas discursivas orales y kinésicas adoptadas de los medios masivos de comunicación.
- ◆ Desarrollo poco competente de la comunicación audiovisual según las necesidades de las comunidades.

Por eso, la competencia expresiva será fundamental para formar:

- ◆ Comunicadores sociales creativos en el uso y formas de expresión que le permitan comunicarse de manera asertiva y profesional en los lenguajes orales, escritos, sonoros, visuales y audiovisuales.
- ◆ Comunicadores sociales que generen contenidos novedosos para los medios de comunicación masivos y comunitarios.
- ◆ Comunicadores sociales con la capacidad de producir discursos argumentados y sustentados en el conocimiento del contexto, las realidades sociales y la aceptación de la diversidad.

Los elementos de la competencia expresiva permiten que el futuro profesional de la comunicación social:

- ◆ Emplee las técnicas para hablar en público.
- ◆ Conozca y aplique los elementos del diálogo, la descripción y la narración para construir discursos escritos.
- ◆ Conozca las principales fuentes de comportamiento kinésico y las emplee en exposiciones orales. (la postura corporal, los gestos, la expresión facial y la mirada)
- ◆ Realice producciones que se expresan mediante imagen y sonido, en diversos medios, desde los tradicionales a los más recientes. (fotografía, radio, tv, cine, multimedia e Internet)

6.3.4. Competencia Gestora-Emprendedora

Las dinámicas administrativas y gerenciales han permeado la mayoría de los procesos creativos y productores de los medios de comunicación. Cada día más se le exige al comunicador social que esté en capacidad de formular y llevar a cabo proyectos con la más estricta metodología y procesos de gestión.

Sin embargo, las principales debilidades que encuentran los empleadores es precisamente la poca formación que recibe el comunicador social en procesos de gestión, administración y emprendimiento que lo ponen en desventaja frente a otros profesionales, además de la postura misma del profesional de verse a sí mismo como productor de información, más no como gestor de la misma.

Por otra parte, también es importante recalcar el poco conocimiento que existe en la región sobre la contribución de la comunicación al desarrollo y el poder de transformación de la misma más allá de la labor informativa.

De la misma manera, es pertinente que el comunicador social, tenga como primera opción laboral la posibilidad de iniciar su propia empresa, teniendo en cuenta el mercado tan pequeño que ofrece la región y los bajos salarios que actualmente pagan los medios de comunicación a los profesionales en la región.

El Programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá ha establecido los siguientes núcleos problémicos a los que debe atender el desarrollo de la competencia específica referente al área de gestión:

- ◆ El comunicador social debe estar en capacidad de formular, ejecutar y formular proyectos de comunicación, gestión de la comunicación en las organizaciones.
- ◆ El comunicador social debe verse a sí mismo como un gestor de procesos comunicacionales y no como solo productor de información.
- ◆ El comunicador social debe tener un espíritu emprendedor, que le permita emprender exitosamente iniciativas de comunicación.

6.3.5. Competencia Humanística

La formación de comunicadores sociales requiere un espacio para el fortalecimiento de la competencia humanística por parte de los estudiantes, que les permita identificarse como miembros de una sociedad a la cual deben responderle de manera ética y con sensibilidad hacia los fenómenos sociales que aborda.

La espectacularización de los espacios informativos, el aumento de las publicaciones con orientaciones sensacionalistas y las políticas de comunicación cuestionables de ciertas empresas, se convierten en espacios para la reflexión y orientación de futuro comunicador con respecto a las decisiones profesionales que deberá tomar.

Adicionalmente, es menester promover un conocimiento del entorno y la promoción de un ejercicio de liderazgo que permita responder a problemáticas que se presentan actualmente como:

- ◆ Poco interés en participar en escenarios de liderazgo social y político por parte de los estudiantes.
- ◆ Ausencia de identidad regional y cultural.
- ◆ Desconocimiento de la historia nacional y regional.
- ◆ Crisis axiológica.

A partir de esta competencia y sus elementos, se pretende que el estudiante:

- ◆ Conozca las principales problemáticas sociales del contexto que le rodea.
- ◆ Respete la diversidad y reconoce en el otro un interlocutor válido.
- ◆ Desarrolle una postura crítica ante el Estado, basado en conocimientos jurídicos, sociales y axiológicos.

De esta manera, el desarrollo de las competencias institucionales como específicas del programa se orientan y refuerzan dentro del plan de estudios, para que el estudiante tenga una impronta propia como egresado de la Universidad de Boyacá.

6.4. Plan de Estudios.

6.4.1. Descripción del plan de Estudios.

Teniendo en cuenta los lineamientos institucionales para la elaboración del diseño curricular de los programas académicos, el plan de estudios se organizó en dos grandes componentes: el *nuclear* y el *electivo*. Un componente, es la división primigenia que caracteriza la condición de obligatoriedad o electividad de las asignaturas que conforman el proceso formativo en un Programa académico. A su vez los componentes se subdividen en subcomponentes, que para el caso de Comunicación Social se señalan a continuación.

Componente Nuclear

Está conformado por las actividades académicas que buscan propiciar el desarrollo de las competencias esenciales que caracterizan al profesional de Universidad de Boyacá en su respectivo programa de pregrado. A su vez está subdividido en los siguientes subcomponentes:

Subcomponente Institucional

Reúne las actividades académicas que le dan el sello característico o identidad al egresado de la Institución (perfil institucional).

Las políticas institucionales definidas para incluir este subcomponente en el plan de estudios de los diferentes Programas de la Universidad de Boyacá son: formación integral, compromiso institucional y social, formación investigativa y formación para la autonomía y la libertad. Las actividades académicas que integran este subcomponente son las siguientes, cada una señalada con su respectivo número de créditos:

- ◆ Ética General (2)
- ◆ Ética Profesional (2)
- ◆ Formación Integral I (1)
- ◆ Formación Integral II (1)
- ◆ Constitución y Formación ciudadana (2)
- ◆ Deporte Formativo (2)
- ◆ Humanidades (2)
- ◆ Informática Básica (2)
- ◆ Introducción al Programa (2)
- ◆ Lógica (2)
- ◆ Metodología y Práctica de la Investigación (3)
- ◆ Seminario de Investigación (1)
- ◆ Problemas de Contexto (2)

Total de Créditos del Componente Nuclear Institucional: 24

Además del Componente Básico Institucional se incluyen los cursos obligatorios de Ley, Deporte Formativo y Constitución Colombiana, que para el caso de la Universidad de Boyacá han sido incorporados con dos (2) créditos cada uno.

Subcomponente Básico

Está integrado por las actividades académicas que de acuerdo con la Resolución 3457 para los programas de Ciencias de la Información y de la Comunicación y constituyen la fundamentación necesaria para la formación profesional. Los cursos y actividades académicas que integran este subcomponente son:

- ◆ Comunicación y Cultura (3)
- ◆ Epistemología de la Comunicación (3)
- ◆ Expresión Oral y Escrita (2)
- ◆ Español (3)

- ◆ Idioma Extranjero I (2)
- ◆ Idioma Extranjero II (2)
- ◆ Lingüística (4)
- ◆ Psicología de la Comunicación (2)
- ◆ Redacción Básica (4)
- ◆ Redacción Literaria y Periodística (4)
- ◆ Semiótica (4)
- ◆ Teorías y Modelos de la Comunicación (3)

Total de Créditos del Componente Básico Nuclear: 36

Subcomponente Profesional

Se refiere al conjunto de actividades académicas que le dan identidad a la profesión específica, incorporados en los decretos respectivos, las políticas tenidas en cuenta al momento de definir las actividades académicas que constituyen este subcomponente son: habilidades y destrezas para el desarrollo profesional, competencias específicas, promoción de la formación científica y tecnológica, desarrollo del trabajo en equipo, incentivo de la creatividad y del espíritu empresarial, habilidades para el manejo de la información. Los cursos y actividades académicas que integran este subcomponente son:

- ◆ Apreciación Cinematográfica (3)
- ◆ Apreciación Musical (2)
- ◆ Imagen (2)
- ◆ Artes Gráficas y Diagramación (3)
- ◆ Géneros y Formatos Audiovisuales (2)
- ◆ Comunicación Organizacional (3)
- ◆ Comunicación y Educación (3)
- ◆ Comunicación para el Desarrollo (2)
- ◆ Comunicación Pública (3)
- ◆ Comunicación Publicitaria (2)
- ◆ Creación de Empresas (3)
- ◆ Cultura Colombiana (3)
- ◆ Cultura Latinoamericana (3)
- ◆ Divulgación Científica y Cultural (2)
- ◆ Fotografía Básica (2)
- ◆ Legislación en Comunicaciones (2)
- ◆ Periodismo (4)
- ◆ Práctica Profesional (8)
- ◆ Producción Radial (4)

- ◆ Alternativa de Grado (5)
- ◆ Radio Básica (2)
- ◆ Reportería Gráfica (3)
- ◆ Nuevos Medios de Comunicación (2)
- ◆ Tecnologías en Medios de Comunicación (3)
- ◆ Televisión (5)
- ◆ Vídeo Básico (3)

Total de Créditos del Componente Profesional Nuclear (79)

Componente Electivo

Este componente amplía el espectro de flexibilidad en la estructura curricular de los diferentes Programas de la Universidad de Boyacá. Los propósitos del componente flexible curricular son:

- ◆ Permitir el desarrollo de habilidades en campos de interés.
- ◆ Propiciar el trabajo interdisciplinario.
- ◆ Propiciar el conocimiento y responsabilidad en el mejoramiento de su entorno.
- ◆ Crear espacios para fortalecer la capacidad competitiva.
- ◆ Propender por el desarrollo de la formación integral.

Este componente está conformado por cursos y actividades académicas que buscan propiciar el desarrollo de las competencias de acuerdo con los intereses y expectativas. Está dividido en los siguientes subcomponentes:

Subcomponente de Profundización:

Hace referencia a los cursos y actividades académicas a las cuales el estudiante puede acceder para incrementar el conocimiento de un área específica, línea seleccionada o técnica determinada de su profesión permitiendo optar por énfasis profesionales. En el programa de Comunicación Social la profundización está enfocada hacia dos líneas de interés así:

- ◆ ***Medios Tecnológicos:*** Incluye actividades académicas para: Medios Tecnológicos I (3) Ilustraciones y Retoque Digital; Medios Tecnológicos II (3) Autoedición y Diagramación; Medios Tecnológicos II (4) Páginas Web e Infografía.
- ◆ ***Comunicación Audiovisual:*** Está compuesto por actividades académicas como Imagen (3), Narrativa Audiovisual (3) y Desarrollo de Comerciales (4).

A este componente pertenecen las actividades académicas o cursos relacionados a continuación:

- ◆ Electiva de Profundización I (3)
- ◆ Electiva de Profundización II (3)
- ◆ Electiva de Profundización III (3)

Total de créditos del subcomponente de profundización (9)

Subcomponente Complementario:

Hace referencia a los cursos y actividades académicas a las cuales el estudiante puede acceder para desarrollar una mayor competitividad al incorporar formación con discursos de otras disciplinas que tengan nexos con su profesión y le permita ampliar y diversificar sus puntos de vista en una acción interdisciplinaria. Se han planteado las siguientes áreas de formación complementaria:

- ◆ ***Área de Humanidades y Arte:*** El Comunicador Social debe ser un profesional con una amplia cultura que le permita entender y analizar los fenómenos socioculturales relacionados con su ejercicio profesional. En el desarrollo de estas actividades académicas el futuro profesional de las comunicaciones debe interactuar con otros profesionales de las ciencias humanas y sociales como sociólogos, psicólogos, antropólogos, filósofos, historiadores y culturólogos.
- ◆ ***Área Jurídica y Política:*** permite al estudiante articular los conocimientos relacionados con el tema político y con las comunicaciones sociológicas presentes en lo público; relación de gran trascendencia que debe ser analizada desde la perspectiva de las relaciones de poder entre los entes económicos, la normatividad del Estado y la actividad comunicacional. En esta área se ofrecen los cursos de Ideas Políticas, Derechos Humanos, Administración Pública y Geopolítica.
- ◆ ***Área Empresarial y de Gestión:*** otorga a los estudiantes la posibilidad de potencializar sus competencias en el campo de la administración, las relaciones públicas y el protocolo, el mercadeo y la publicidad asociados a los medios de comunicación.

A este componente pertenecen las actividades académicas o cursos relacionados a continuación:

- ◆ Electiva Complementaria I (3)
- ◆ Electiva Complementaria II (3)

Total de créditos del subcomponente de profundización (6)

Subcomponente Libre:

Comprende la oferta de cursos y actividades académicas orientadas a fortalecer EL SER y afianzar los postulados de la Universidad de Boyacá. Hace referencia al ofrecimiento de cursos electivos de acuerdo con las motivaciones e intereses de los estudiantes a nivel de formación personal y artística. Este componente tiene como propósitos:

- ◆ Permitir al estudiante una formación diversificada para desarrollar habilidades según los múltiples intereses diferentes a su formación profesional.
- ◆ Descubrir y promover talentos.
- ◆ Propiciar en el estudiante un manejo adecuado del tiempo libre.
- ◆ Propiciar acciones constructivas para el acercamiento de la Institución a la comunidad.

Concretamente para la malla curricular del programa de Comunicación Social se prevén las siguientes actividades académicas o cursos:

- ◆ Electiva Libre I (1)
- ◆ Electiva Libre II (1)

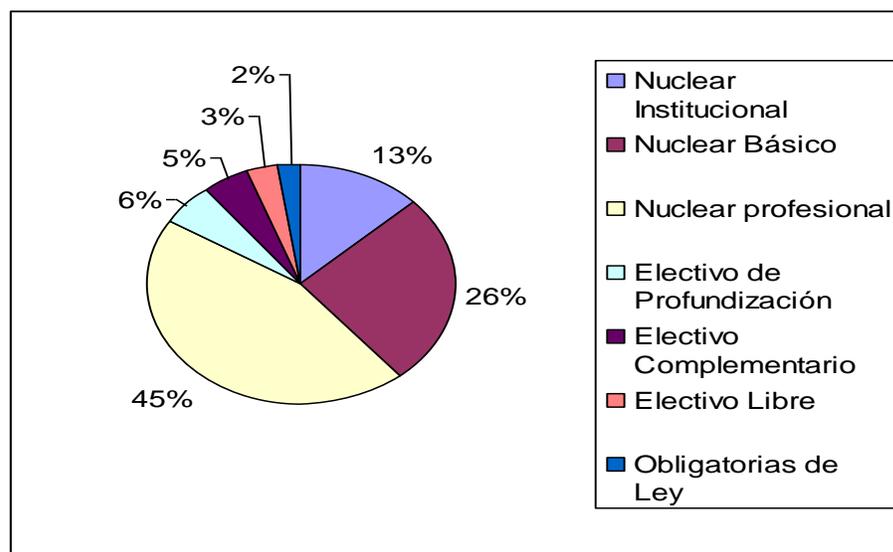
Los lineamientos institucionales mencionados anteriormente tienen su equivalencia con las áreas establecidas en la Resolución 3457 como se indica a continuación.

Tabla 3. Distribución de la estructura curricular por componentes y subcomponentes

Componente	Subcomponente	Resolución 3457	Porcentaje
Nuclear	Institucional	Componente de fundamentación humanística y en Ciencias Sociales Componente de investigación.	13%
	Básico	Incorpora los conocimientos y prácticas necesarias para la fundamentación del campo profesional.	23%
	Profesional	Componente de comunicación y de expresión. Componente de fundamentación conceptual. Componente tecnológico.	50%
Electivo	Profundización	Componente tecnológico Componente de comunicación y expresión.	6%
	Complementario	Componente de fundamentación. Componente en humanidades y ciencias sociales.	4%
	Libre	Electivas I, II	2%
	Obligatorias de Ley	Deporte Formativo Constitución Política de Colombia	2%

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Documento de Registro Calificado Programa de Comunicación Social, 2013

Ilustración 5. Distribución de Componentes



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Documento de Registro Calificado Programa de Comunicación Social, 2013

Tabla 4. Distribución de Componentes

COMPONENTE	ACRÓNIMO	PORCENTAJE
Componente Nuclear Subcomponente Institucional	CNI	13%
Componente Nuclear Subcomponente Básico	CNB	23%
Componente Nuclear Subcomponente Profesional	CNP	50%
Componente Electivo Subcomponente de Profundización	CEP	6%
Componente Electivo Subcomponente Complementario	CEC	4%
Componente Electivo Subcomponente Libre	CEL	2%
Obligatorias de Ley	ODL	2%
TOTAL CRÉDITOS	156	100%

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Documento de Registro Calificado Programa de Comunicación Social, 2013

6.4.2. Organización Semestral

El plan de estudios por semestres del Programa de Comunicación Social, de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Boyacá, tiene la siguiente organización:

Cuadro 4. Organización de asignaturas y créditos semestrales

I SEMESTRE	CRÉD	II SEMESTRE	CRÉD
Introducción al Programa	2	Humanidades	2
Expresión Oral y Escrita	2	Epistemología de la Comunicación	3
Fotografía Básica	2	Redacción Básica	4
Informática Básica	2	Español	3
Lógica	2	Video Básico	3
Formación Integral I	1	Formación Integral II	1
Deporte Formativo	2	Electiva Libre I	1

Constitución y Formación Ciudadana	2		
CRÉDITOS SEMESTRE	15	CRÉDITOS SEMESTRE	17
III SEMESTRE	CRÉD	IV SEMESTRE	CRÉD
Teorías y Modelos de Comunicación	3	Cultura Latinoamericana	3
Psicología de la Comunicación	2	Comunicación y Cultura	3
Redacción Literaria y Periodística	4	Imagen	2
Lingüística	4	Reportería Gráfica	3
Radio Básica	2	Tecnologías en Medios de Comunicación	3
Apreciación Musical	2	Metodología y Práctica de la Investigación	3
Idioma Extranjero I	2	Idioma Extranjero II	2
CRÉDITOS SEMESTRE	19	CRÉDITOS SEMESTRE	19
V SEMESTRE	CRÉD	VI SEMESTRE	CRÉD
Cultura Colombiana	3	Electiva Complementaria I	3
Comunicación y Educación	3	Comunicación Pública	3
Ética General	2	Electiva de Profundización I	3
Semiótica	4	Producción Radial	4
Apreciación Cinematográfica	3	Periodismo	4
Artes Gráficas y Diagramación	3	Electiva Libre II	1
CRÉDITOS SEMESTRE	18	CRÉDITOS SEMESTRE	18
VII SEMESTRE	CRÉD	VIII SEMESTRE	CRÉD
Electiva Complementaria II	3	Nuevos Medios de Comunicación	2
Comunicación para el Desarrollo	2	Electiva de Profundización III	3

Ética profesional	2	Televisión	5
Electiva de Profundización II	3	Creación de Empresas de Comunicación	3
Legislación en Comunicaciones	2	Comunicación Organizacional	3
Géneros y Formatos Audiovisuales	2	Problemas de Contexto	2
Iniciativa Empresarial	3		
Comunicación Pública	2		
Seminario de Investigación	1		
CRÉDITOS SEMESTRE	20	CRÉDITOS SEMESTRE	18
IX SEMESTRE	CRÉD		
Divulgación Científica y Cultural	2		
Práctica Profesional	8		
Alternativa de Grado	5		
CRÉDITOS SEMESTRE	15		

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Documento de Registro Calificado Programa de Comunicación Social, 2013

6.4.3. Malla curricular

 FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES - PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Resolución del Ministerio de Educación Nacional No. 132 del 3 de enero de 2014/ Código SNIES 20716																				
ÁREAS	I		II		III		IV		V		VI		VII		VIII		IX			
HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES 9%			9 Humanidades T 33222				23 Cultura Latinoamericana T 33201		30 Cultura Colombiana T 33226		36 Electiva Complementaria I T 33233		42 Electiva Complementaria II T 33240							
FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL 21%	1 Introducción al Programa T 33203		10 Epistemología de la Comunicación T 33212		16 Teorías y Modelos de la Comunicación T 33204		24 Comunicación y Cultura T 33227		31 Comunicación y Educación T 33234		37 Comunicación Pública T 33241		43 Comunicación para el Desarrollo T 33247		51 Nuevos Medios de Comunicación TP 33256					
					17 Psicología de la Comunicación T 33246				32 Ética General T 33260				44 Ética Profesional T 33248							
COMUNICACIÓN Y EXPRESIÓN 30%	2 Expresión Oral y Escrita T 33205		11 Redacción Básica T 33214		18 Redacción Literaria y Periodística T 33218		25 Imagen T 33228				38 Electiva de Profundización I TP 33236		45 Electiva de Profundización II TP 33243		52 Electiva de Profundización III TP 33266		57 Divulgación Científica y Cultural T 33254			
	3 Fotografía Básica T 33210		12 Español T 33209		19 Lingüística T 33249				33 Semiótica T 33229		39 Producción Radial TP 33244		46 Legislación en Comunicaciones T 33255							
			13 Video Básico TP 33211		20 Radio Básica TP 33223		26 Reportaje Gráfico TP 33230				40 Periodismo TP 33237		47 Géneros y Formatos Audiovisuales T 33245		53 Televisión TP 33250					
GESTIÓN 9%					21 Apreciación Musical TP 33224				34 Apreciación Cinematográfica TP 33235				48 Iniciativa Empresarial TP 33239		54 Creación de Empresas de Comunicación TP 33251		58 Práctica Profesional p 33259			
TECNOLÓGICA 7%	4 Informática Básica TP 33215						27 Tecnologías en Medios de Comunicación T 33231		35 Artes Gráficas y Diagramación TP 33238				49 Comunicación Publicitaria TP 33242		55 Comunicación Organizacional T 33253					
INVESTIGACIÓN 5%	5 Lógica T 33202						28 Metodología y Práct. de la Investigación TP 33232						50 Seminario de Investigación TP 33252				59 Alternativa de Grado p 33258			
ELECTIVA 11%	6 Formación Integral I T 33207		14 Formación Integral II T 33220						Examen de Proficiencia Idioma Extranjero						56 Problemas de Contexto T 33257					
FORMACIÓN INTEGRAL 8%	7 Deporte Formativo TP 33206										41 Electiva Libre II T 33246									
	8 Constitución y Formación Ciudadana T 33208		15 Electiva Libre I T 33213		22 Inglés I T 33247		29 Inglés II T 33221													
Número Créditos	15		17		19		19		18		18		20		18		15			

No. Curso	21	22	1
Nombre	Lenguaje II		
Tipo Asignatura	T	33221	Código

Total Asignaturas	59
Total Créditos	159

Requisitos Académicos para Grado	
•	Cursar y aprobar la totalidad de créditos del Programa
•	Aprobar el examen de grado
•	Lograr el promedio académico acumulado exigido
•	Demstrar competencias comunicativas en una segunda lengua
•	Acreditar la presentación del Examen de Estado Saber - Pro

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Documento de Registro Calificado Programa de Comunicación Social, 2013

6.4.4. Flexibilidad curricular

La flexibilidad curricular del Programa está expresada en tres ámbitos diferenciados, aunque integrados: el ámbito disciplinar (*propio del Programa*), el ámbito institucional interno (*los demás programas en la Universidad*) y el ámbito externo (*contexto universitario e institucional del país y del mundo*). En estos tres ámbitos el currículo del programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá permite la profesionalización de comunicadores y comunicadoras sociales en un ambiente abierto, conectado y plural en criterios y estrategias formativas.

Ilustración 6. Ámbitos de la flexibilización curricular del Programa



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, programa de Comunicación Social, 2018

Ámbito disciplinar

Plan de estudios. La organización, jerarquización y conexión del plan de estudios del Programa está propuesto para que las asignaturas de los primeros semestres desarrollen los fundamentos de las competencias básicas: *comunicativo-expresivas, teórico-conceptuales, socio-humanísticas, investigativas, de formación integral, y las tecnológicas y de gestión*. A partir de allí, la movilidad y flexibilidad curricular aumenta permitiendo cursar asignaturas con un mínimo de pre y co-requisitos, respetando la secuencia de aprendizajes que se complejiza epistémicamente semestre a semestre.

Irrigando todo el plan de estudios, el Programa distribuye proporcionalmente el componente electivo: *profundización, complementario y libre* (ver plan de estudios). El componente electivo y transversal del Programa es de 42 créditos y representa el 27% del plan de estudios. Dentro de este 27%, los estudiantes pueden optar por diferentes

grupos que a su vez son integrados por estudiantes de otros programas; e incluso, semestres. La mayoría de este componente electivo es homologable o validable para estudiantes que provengan de otras universidades o que hayan aprobado un curso de formación de las respectivas competencias en una institución similar del país o del exterior.

Además de la posibilidad de matrículas con diferente carga de créditos y de media matrícula, la Universidad -mediante el Consejo Académico-, examina y autoriza el levantamiento de requisitos, pre-requisitos o co-requisitos en los casos que es posible beneficiar a los estudiantes que quieran culminar su plan de estudios u organizar sus cargas académicas, sin que dichas políticas afecten los principios de igualdad ni la idoneidad formativa.

Aspectos pedagógicos y didácticos. El Programa fomenta su flexibilización a través de la diversidad de estrategias de enseñanza y metodologías de aprendizaje, entre las que se cuenta: talleres, estudios de caso, simulaciones, plenarias, exposiciones orales, proyectos de aula, visitas pedagógicas, proyectos transversales de asignaturas, producción textual libre y dirigida, prácticas creativas, investigaciones y reportería de campo, prácticas de producción en laboratorios, seminarios, lectura en voz alta, aprendizaje basado en problemas, juegos de roles, mesas redondas, debates y foros, escritura colaborativa, entre muchas más.

Como premisa para el aprendizaje y preparación en habilidades sociales y colaborativas de trabajo de las y los comunicadores sociales, el Programa incentiva prácticas docentes que promuevan proyectos en equipo, extra clase y con acompañamiento docente. La mayoría de asignaturas de forma individual o colaborativa, estimula la creación y producción de contenidos comunicacionales desde diferentes narrativas y sobre distintas problemáticas. La producción audiovisual, fotográfica, periodística y radiofónica, exige la inmersión de los estudiantes y docentes en diferentes comunidades, contextos y problemáticas. También se apoya que asignaturas y procesos formativos cruciales como práctica profesional, semilleros de investigación, trabajo en proyección social, se desarrollen en espacios, instituciones, comunidades, proyectos e instancias diversas de la región.

Mecanismos para revisión, ajuste y actualización curricular. El Programa ha dispuesto el Comité de Currículo y las Reuniones de área como los espacios, mecanismos e instancias centrales para que, desde el aporte de los docentes, quienes recogen experiencias de clase y observaciones de los estudiantes, discutan y propongan ajustes en los enfoques, problemáticas y didácticas al currículo. La mayoría de estos aportes han incidido en el re-enfoque didáctico, la reformulación de competencias, la revisión de syllabus y el debate sobre la pertinencia de ciertos contenidos y mecanismos de evaluación de los aprendizajes.

Las reuniones de área y espacios de reflexión con estudiantes también han permitido fortalecer los proyectos de aula que implican el trabajo colaborativo e interdisciplinar con los demás programas de la Universidad y otras instituciones. Asignaturas como Comunicación y educación, Comunicación para el desarrollo, Comunicación organizacional, Comunicación publicitaria, Divulgación científica y cultural, Comunicación pública, Alternativa de Grado y Práctica profesional, entre otras, se integran a proyectos de contextos institucionales y comunitarios reales.

Ámbito institucional

Con el ánimo de ofrecer un sello institucional para sus egresados, la Universidad de Boyacá ha fijado como política académica la inclusión en los currículos de todos sus Programas de un componente electivo (*complementario y libre*) transversal que multiplica las opciones de flexibilización para los estudiantes. Bajo este criterio, el Programa de Comunicación Social, salvo en su componente electivo de profundización, permite el beneficio estudiantil de dicha política.

Ámbito externo

El Programa, desde sus procesos autónomos; y la Universidad, desde sus políticas institucionales, disponen de mecanismos académicos (validaciones, homologaciones, transferencias, convenios interinstitucionales, etc.) que permiten ofrecer un currículo flexible, capaz de favorecer la movilidad estudiantil desde y hacia el Programa.

El Programa y la Universidad también disponen de mecanismos de validación académica. Es un proceso que permite reconocerle al estudiante de transferencia, la idoneidad en las competencias de segundo idioma, comunicativas (Expresión oral y escrita), tecnológicas (informática básica, diagramación, nuevos medios, etc.), o cualquier asignatura que haya cursado en otra universidad, centro de formación, instituto, academia particular, entre otras.

Interdisciplinariedad en el programa

El programa de Comunicación Social, facilita el trabajo interdisciplinario, pues toda su estructura está fundamentada en relaciones de apoyo con disciplinas como la sociología, la historia, la economía, la política y la culturología, entre otras, favoreciendo con ello el análisis universal y crítico desde la lectura de los procesos mediáticos y su relación con los fenómenos comunicacionales asociados a la cotidianidad de la sociedad. Es por ello, que la interdisciplinariedad que desarrolla se ve sustancialmente reflejada en diferentes aspectos.

La interdisciplinariedad desde la formación busca motivar en el educando la capacidad de entender, manejar y crear nuevas posibilidades de desarrollo del conocimiento en su disciplina, con la afinidad de trabajar en equipos con programas de otras, desde la investigación y extensión.

Igualmente, desde la investigación se propicia una formación investigativa más holística a través de equipos interdisciplinarios con estudiantes y profesionales de otras áreas para desarrollar proyectos integrales que solucionen problemas relacionados con el Programa y que generen cambios sociales.

La Proyección Social y los proyectos de extensión, son componentes importantes, en los cuales participan diferentes estamentos del Programa que coadyuvan a fortalecer y propiciar el carácter interdisciplinario del Programa.

7. INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA

7.1. Formación para la Investigación.

La creación de semilleros de investigación es una estrategia que permite la incorporación de la cultura investigativa, como parte esencial del desempeño del estudiante en su quehacer académico, como protagonista y responsable de su propio aprendizaje. Promueven la participación e interacción de profesores, estudiantes e investigadores de diferentes profesiones, se convierten en un escenario óptimo para la reflexión, crítica, discusión, formación científica y construcción de conocimiento.

La Resolución 053 del 7 de mayo de 2010, emanada de la rectoría de la Universidad de Boyacá, reglamenta como requisito para grado de los programas de Pregrado de la Universidad de Boyacá, la alternativa participación en un Semillero de investigación y establece entre otras las actividades, estructura administrativa, requisitos para su constitución y funcionamiento, así como las disposiciones relativas al trabajo que desarrollan los estudiantes y su forma de evaluación.

La investigación formativa es una de las principales fortalezas del Grupo de Investigación “Comunicación UB”, los semilleros de investigación se han venido fortaleciendo en el programa de Comunicación Social desde el año 2010, como estrategia para motivar y formar a los estudiantes en el ejercicio investigativo y tener una base de futuros investigadores en Comunicación que puedan reforzar los procesos investigativos del programa y así generar mayor número de ejercicios investigativos, de la calidad y rigurosidad necesaria para el crecimiento del grupo de investigación “Comunicación UB”.

7.2. Líneas de Investigación.

El Programa, en coherencia con la política institucional de investigación, con su concepción particular, con las tendencias de la comunicación en el mundo y en respuesta al diagnóstico de necesidades de la comunicación social en el contexto regional y nacional, ha formulado dos líneas de investigación.

7.2.1. Medios de información y comunicación.

Descripción. Esta línea se centra en el estudio de la historia, impacto, producción y procesos de desarrollo de los medios de comunicación e información de la región, y su impacto en las transformaciones culturales, sociales y políticas.

Justificación. El estudio de la línea surge a partir del papel protagónico que tienen los medios de información y comunicación en una sociedad cada vez más tecnológica, mediatizada y conectada. Procesos como el desarrollo de los medios de comunicación

desde lo periodístico, la influencia de los medios de información sobre la opinión pública y la agenda informativa, son razones suficientes para comprender la necesidad actual de documentar y fortalecer los procesos de producción de medios de comunicación, desde una mirada local y lo regional que permita tener una comprensión completa de los medios de comunicación desde contextos específicos de producción en contraste con procesos similares de otras regiones del país.

Objetivos

- Historizar las experiencias de las empresas de medios de comunicación en la localidad y en la región.
- Historizar los procesos de producción periodística y procesos de comunicación a través de los medios de comunicación de la región
- Conocer el impacto que generan los medios de comunicación y la utilización de los mismos en procesos de educación y cambio social.
- Producir géneros y formatos novedosos en todas las áreas de producción audiovisual, virtual y escrita para el aporte de nuevas lecturas y escrituras en los medios.

7.2.2. Comunicación y sociedad

Descripción. La Línea Comunicación y Sociedad trabaja desde la promoción del análisis de lecturas científicas y actos investigativos de los procesos comunicacionales del entorno social de la misma manera que promueve escenarios de desarrollo en las comunidades de Tunja, Boyacá y del Oriente Colombiano a partir del estudio, diseño y acción sobre los procesos de comunicación social.

Justificación. En la región se requiere responder a la necesidad de generar estrategias y acciones que apoyen los procesos de desarrollo económico, social y cultural desde la comunicación y que permitan desarrollar investigaciones que contribuyan a comprender la comunicación como un eje fundamental del desarrollo social y no únicamente como un soporte para la divulgación de información.

De la misma manera, responde a la necesidad de formar investigadores en la región que tengan las competencias para identificar, diagnosticar e intervenir en las problemáticas y necesidades sociales a partir de la comunicación.

Objetivos

- Fortalecer o fomentar los espacios de la Comunicación Comunitaria para la construcción de tejido social e impulso a la acción política de las comunidades.
- Desarrollar escenarios concretos para el diálogo, definición y construcción de horizontes sobre la Comunicación y la Cultura.
- Estimular la práctica dialógica y la acción colectiva como recursos fundamentales para la revisión de los conceptos y dinámicas de Ciudadanía desde la Comunicación.
- Aportar soluciones a las problemáticas sociales de la región y el país a través del diseño y empleo de instrumentos y procesos de Comunicación para el desarrollo.

7.3. Grupos de Investigación.

GRUPO DE INVESTIGACIÓN COMUNICACIÓN UB

El Grupo de Investigación Comunicación UB surge de la necesidad de crear escenarios de investigación en comunicación en la región que permitan documentar los procesos comunicacionales y de esta manera visibilizar la realidad de la comunicación en un departamento.

De la misma manera, el grupo es un espacio de aprendizaje y fortalecimiento de las competencias investigativas de los comunicadores sociales y de interesados en contribuir al desarrollo del campo de estudio de la comunicación.

También responde a las exigencias de la función docencia-investigación-extensión que tiene la educación superior y es un espacio de fortalecimiento académico del programa de Comunicación Social que se presenta como el único de modalidad presencial en la región.

Misión: Habilitar un equipo permanente de investigadores que, sobre criterios científicos, éticos y estéticos desarrolle conocimiento nuevo desde la comunicación de masas para beneficio del contexto social de la región.

Visión: Constituirse en un instituto de investigaciones para la Comunicación Social que pueda ofrecer a las comunidades de la región elementos prácticos para su desarrollo cultural, social, económico y comunicacional.

Objetivos:

- Construir el estado del arte sobre el tema planteado.
- Construir el mapa comunicacional de Boyacá.

- Identificar las características de los consumos culturales de la población boyacense.
- Elaborar el inventario de necesidades comunicacionales en Boyacá.
- Establecer los insumos y lineamientos fundamentales para la formulación de una política pública departamental de comunicación.
- Recomendar ajustes curriculares a los programas universitarios de ciencias de la información, la comunicación y la cultura del Departamento.

7.4. Semilleros de Investigación.

La participación en semilleros de investigación se establece como una alternativa a cambio del desarrollo de un trabajo de grado, definido en el Acuerdo 047 del 15 de febrero de 2007.

El programa de Comunicación Social, considerara que la investigación hace parte de la formación académico-científica-humanista de sus estudiantes, la concibe como un eje fundamental de formación y desarrollo profesional, por lo cual dentro del programa se generaran espacios en donde se desarrolla el espíritu creativo, critico de reflexión y solución a problemas regionales, nacionales e internacionales que de acuerdo con su medida pueden o no afectar los campos profesionales, de aplicación y la calidad de vida de una población.

7.4.1. Semillero de investigación Cinco Sentidos (periodismo narrativo)

Descripción: El semillero de investigación Cinco Sentidos es un escenario de investigación periodística desde el cual los estudiantes del programa de Comunicación Social abordan la teoría y la práctica de este quehacer profesional y se aproximan a la construcción de textos narrativos como recurso para presentar el resultado de su reportería.

Línea de investigación al que está adscrito: Medios de Información y Comunicación

Misión: Consolidar al semillero como un escenario de investigación periodística desde el cual los estudiantes del programa de Comunicación Social aborden la teoría y la práctica de este quehacer profesional y se aproximen a la construcción de textos narrativos como recurso para presentar el resultado de su reportería.

Visión: Este semillero será reconocido en 2012 como un laboratorio de periodismo de investigación y de formación de redactores.

Objetivos:

- Promover el estudio del periodismo de investigación como especialidad profesional.
- Desarrollar estrategias formativas para la instrucción de los estudiantes en las técnicas del periodismo de investigación y las modalidades que de éste se desprenden como el periodismo de precisión y el periodismo de investigación asistido por computador.
- Estudiar sobre el origen, la naturaleza y las posibilidades del periodismo narrativo como alternativa de presentación de historias en profundidad.
- Capacitar a los estudiantes para que encuentren la diferenciación entre discurso investigativo/informativo y discurso investigativo/literario.
- Producir textos periodísticos de calidad, aplicando las estrategias contemporáneas de narración periodística sugeridas por autores como Martín Caparrós, John Lee Anderson, entre otros.
- Abordar la lectura de textos tipo ‘nueva prensa’ para tener referentes reales al momento de argumentar no solo los discursos escritos, sino también los orales.
- Avanzar en el desarrollo de investigaciones periodísticas a partir de las técnicas estudiadas y de las destrezas adquiridas por los estudiantes.
- Producir textos periodísticos de calidad que permitan evidenciar los resultados del proceso implementado.

7.4.2. Semillero de investigación Esfinge (género y comunicación /patrimonio)

Descripción: Es un espacio para que los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá puedan participar en proyectos de formación investigativa.

Línea de investigación al que está adscrito: Medios de Información y Comunicación, Comunicación y sociedad

Misión: Consolidarse como el mejor semillero de investigación en comunicación de la región.

Visión: El semillero ESFINGE de investigación será un espacio para que los estudiantes del Programa aprendan a investigar investigando; en búsqueda de una cultura

investigativa que favorezca el desarrollo científico, ético y estético del futuro comunicador social, para beneficio de la sociedad boyacense.

Objetivos:

- Construir un espacio para que los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá puedan participar en proyectos de formación investigativa.
- Desarrollar procesos de investigación formativa sobre temas de orden social y comunicacional.
- Ofrecer herramientas de formación investigativa extra clases a los estudiantes del semillero.
- Facilitar la vinculación de estudiantes a actividades de crecimiento intelectual en espacios extra académicos.
- Vincular a los estudiantes al desarrollo de proyectos de investigación de docentes.
- Preparar a los estudiantes para investigaciones y proyectos en escenarios reales de la comunicación.
- Incluir a los estudiantes en la base de datos de Colciencias, REDCOLSI, etc. y contribuir a su formación como jóvenes investigadores, auxiliares de investigación, co investigadores e investigadores.

7.4.3. Semillero de investigación Trama Invisible (comunicación comunitaria, popular y alternativa)

Descripción: El Semillero de comunicación comunitaria, popular y alternativa (Trama Invisible) es un espacio de investigación formativa para estudiantes de Comunicación Social y afines, que además integra los propósitos de la proyección social mediante diagnósticos de comunicación popular e intervención en procesos de comunicación alternativa en comunidades del área de influencia de la Universidad de Boyacá.

Línea de investigación al que está adscrito: Comunicación y sociedad.

Misión: El Semillero de Comunicación comunitaria, popular y alternativa es un espacio de investigación formativa para estudiantes de Comunicación Social y afines, que además integra los propósitos de la proyección social mediante diagnósticos de comunicación popular e intervención en procesos de comunicación alternativa en comunidades del área de influencia de la Universidad de Boyacá.

Visión: El Semillero de Comunicación comunitaria, popular y alternativa del Programa de Comunicación de la Universidad de Boyacá se proyecta como la iniciativa de carácter académico-juvenil más importante para la investigación, acompañamiento, diseño e impulso de los procesos, experiencias y prácticas de comunicación alternativas en las comunidades de la región.

Objetivos:

- Constituir un espacio de aprendizaje de investigación en comunicación para los estudiantes del Programa desde el enfoque de las ciencias crítico-sociales.
- Desarrollar procesos de investigación sobre experiencias de comunicación popular, comunitaria y alternativa en la región.
- Acompañar a las comunidades en la activación o mejoramiento de proyectos o prácticas de medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares.
- Articular el Semillero con organizaciones sociales que favorezcan el desarrollo de los objetivos de la comunicación popular.
- Promover en la academia la reflexión sobre esta dimensión de la comunicación social.
- Conectar la experiencia investigativa del Semillero con otras similares a través de redes, encuentros, alianzas, proyectos interdisciplinarios, etc.
- Apoyar y compartir proyectos con el grupo de investigación docente Comunicación UB.

7.4.4. Semillero Lexina (comunicación política y comportamiento electoral)

Descripción: El Semillero Lexina se propone como es un espacio de investigación formativa para estudiantes de Comunicación Social, Derecho y Ciencias Políticas, Psicología y afines, que se ocupa de dar cuenta de los fenómenos del poder en relación con la comunicación.

Línea de investigación al que está adscrito: Comunicación y sociedad

Misión: Promover una formación interdisciplinaria en el aprendizaje científico, que responda a las necesidades sociales y los nuevos paradigmas de los diversos fenómenos socio - políticos que envuelven a las comunidades del departamento de Boyacá

Visión: Ser reconocidos en el año 2017 por COLCIENCIAS, y hacer parte de Redes Internacionales de investigación, referentes a la Comunicación Política y el Comportamiento Electoral.

Objetivos.

- Introducir al estudiante de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, en el conocimiento científico de la Comunicación Política y el Comportamiento Electoral, a través de la investigación de los diversos fenómenos socio-políticos que surgen en la región, y que son propios en el abordaje curricular de los programas de Comunicación Social y Derecho y Ciencias Políticas.
- Constituir un espacio de aprendizaje de investigación en comunicación para los estudiantes del Programa desde el enfoque en la relación poder y medios de comunicación.
- Desarrollar procesos de investigación sobre fenómenos relacionados con la política y la comunicación
- Promover la cooperación investigativa con ONG`s e investigadores nacionales de los fenómenos político-comunicacionales.
- Organizar eventos nacionales e internacionales sobre sus temáticas
- Visibilizar los hallazgos del semillero mediante la publicación tanto en medios institucionales como externos, con reconocida calidad editorial.

7.4.5. Semillero de Investigación y Creación Audiovisual “KINOKS”

El Semillero de Investigación y Creación Audiovisual KINOKS, es un espacio para comprender y analizar la relación entre los medios de comunicación y las manifestaciones culturales de los distintos grupos humanos que habitan el departamento de Boyacá, teniendo en cuenta su amplia diversidad ambiental y cultural.

El Semillero también es un espacio para aprender las teorías y técnicas de la Realización Audiovisual, con el objetivo de que los estudiantes puedan aplicar dichos conocimientos en producciones audiovisuales, donde se expongan y analicen las manifestaciones culturales de las sociedades que habitan la región.

En el Semillero KINOKS se abordará la realización audiovisual desde el enfoque de la Antropología Visual y el Cine Etnográfico, los cuales utilizan la fotografía y el audiovisual como herramientas investigativas y analíticas de las manifestaciones culturales de las sociedades humanas. El objetivo principal es que los estudiantes conozcan y utilicen los métodos de investigación y análisis que ofrecen la Antropología Visual y el Cine Etnográfico, estando en capacidad de aplicarlos en sus proyectos de investigación y realizaciones de diversa índole.

Objetivos

- Incentivar a los estudiantes a participar como auxiliares en las investigaciones de los docentes del área audiovisual de la Universidad de Boyacá.

- Promover la investigación estudiantil por medio de la creación audiovisual de productos documentales y de ficción.
- Fomentar la creación audiovisual en la Universidad de Boyacá, por medio de productos audiovisuales documentales y de ficción.
- Desarrollar el análisis crítico de los medios audiovisuales y su influencia en la cultura contemporánea, en los integrantes del semillero.

8. PROYECCIÓN SOCIAL EN EL PROGRAMA.

En virtud de las responsabilidades de proyección social que la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales y la Academia deben asumir con su entorno y en coherencia con los propósitos formativos previstos en el Modelo Pedagógico Institucional de la Universidad de Boyacá, la función de proyección social propende por darle sentido a formación profesional en relación con la realidad y compromiso social previsto en la Misión de la Universidad.

Para la Facultad, los propósitos de la proyección social se basan en unos principios esenciales, que revisan y cuestionan concepciones previas, de modo que se propone enfatizar en la interacción más que en la intervención, en la apropiación más que la instrumentalización y en la participación comunitaria más que en la imposición, como fundamento del desarrollo social y del mejoramiento de la calidad de vida.

El Trabajo con la comunidad desarrollado por la Facultad de Ciencias Jurídicas y sociales, debe superar la tradicional etapa de *intervención* que deriva en una relación unidireccional en la que un actor exógeno a las comunidades diagnostica, desde esa lejanía, unas necesidades para las que propone autocráticamente las acciones y las soluciones. En este aspecto se precisa que el sentido de la función de proyección social privilegie la interacción porque son las mismas comunidades las que mejor saben qué ocurre en su entorno y en su realidad sociocultural, de manera que de ellas mismas surjan oportunidades de mejora que sean sostenibles en el tiempo.

Desde la perspectiva anteriormente señalada, la proyección social se constituye en un campo de fuerzas y de encuentro que permite activar procesos de autorreflexión y auto transformación comunitaria. En ese orden de ideas, la proyección social amerita una concepción que supere la etapa de inoculación epistémica desde un portador de conocimiento hacia un destinatario necesitado de él, para fortalecerse en el diálogo y en el hacer entre iguales, que trabajan mancomunadamente para alcanzar un propósito compartido.

Igualmente, la función de proyección social debe superar la etapa de la *instrumentalización* porque el núcleo de la comunicación (poner en común), no reside en los medios de información en tanto artefactos sino como mediaciones, entendidas estas como “la articulación entre las prácticas de comunicación y movimientos sociales” (Martín-Barbero, 1987, p. 11). Así que la apuesta se orienta más a recabar el contenido simbólico de las organizaciones y las formas de vida de las comunidades como motores de la acción social y de la transformación.

Respecto a la participación, ésta resulta fundamental para prevenir la imposición que tradicionalmente se presenta en el trabajo con comunidades. Al respecto es preciso prever que la función de proyección social se desarrolle al margen del conjunto sistemático de acciones en poder de uno de los polos del proceso, dando paso al espacio y práctica que resulta de la confluencia de dos voluntades. De modo que la proyección social emerge de la conjunción de prácticas coordinadas. De esta visión resulta que las acciones, estrategias de la proyección social en las comunidades, se formulen desde la comunidad con el apoyo de la academia, a partir de un diagnóstico participativo congruente con la historia cultural y la vida orgánica de sus actores.

A continuación, se presenta la descripción de las líneas de proyección social, las áreas de interés y los proyectos que en cada uno se vienen desarrollando en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

8.1. Áreas de Interés

- Comunicación para el Desarrollo
- Comunicación y Educación

8.1.1. Área de proyección: Comunicación para el Desarrollo

La posibilidad de la comunicación encierra en sí misma una evidencia del desarrollo humano. Decir que una vez hubo una sociedad y unos humanos y que luego ellos inventaron la comunicación para consolidar o mejorar su cohesión, resulta simplista para presentar un proceso tan complejo.

La comunicación, en tanto lenguaje, es constitutiva de lo humano y de lo social, y no debe entenderse como un atributo posterior o separado de éstos. Por lo mismo, en sentido estricto, toda comunicación implica en sí mismo el desarrollo de lo humano y lo social. Sin embargo, la irrupción de la comunicación mediada por tecnologías de la información y la simultánea fragmentación de lo social ha supuesto un desbalance en las comunidades para construir sus referentes de la vida colectiva y de su propia transformación.

La aparición sorpresiva y vertiginosa de medios de información en la segunda mitad del siglo XIX y todo el siglo XX, produce que el concepto de *información* se enmascare en el de *comunicación*. Pero la distinción es clara, como lo afirma Nosedá citado por Kaplún: la “comunicación es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcanzan una conciencia común. La información, por el contrario, es cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor a un receptor” (Kaplún, 2002, p. 57).

Estos dos conceptos en pugna, el de información y el de comunicación, devienen en dos formas esenciales de entender y aplicar lo comunicacional. De un lado, hallar el núcleo de lo social desde el concepto de *información*, se materializa un modelo de comunicación hegemónico, concentrado y antidemocrático; mientras uno basado en la *comunicación*, se deriva en un modelo de interacción democrático y libre. No en vano se dice que “definir qué entendemos por comunicación, equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir” (Kaplún, 2002, p. 57).

Con el ánimo de ofrecer una noción más o menos adecuada, en la perspectiva de la proyección social del programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá, entendemos la comunicación para el desarrollo o comunicación para el cambio social como todas aquellas concepciones y acciones que desde los medios de comunicación y sus mediaciones inciden en la transformación social y cultural de las comunidades, concebida siempre la presencia de estos medios como experiencias participativas y auto-gestionadas.

Objetivo del área

Desarrollar con las comunidades de la región espacios de proyección social con enfoque comunicativo para mejorar sus prácticas culturales y condiciones de vida.

Proyectos

- Procesos comunitarios de comunicación.

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá ha considerado importante incidir en la realidad comunicacional de la región a través de la comunicación para el desarrollo por los siguientes hallazgos:

- a. *La concentración de los medios y la información:* La región no escapa a la lógica de concentración de medios y el silencio informativo al que son sometidos algunos sectores sociales. Las tres grandes cadenas de radio y la más grande casa editorial del país reproducen ese mismo fenómeno en el Departamento en el cual un número importante de estaciones de radio y un semanario aglutinan la mayoría de información difundida en el área, la cual carece de otros medios que favorezcan una expresión más plural y democrática
- b. *La crisis del tejido comunitario:* Los desafortunados significados que colectivamente se tiene de “identidad, comunitario, región, local, desarrollo, etc.”; han desgastado los procesos de construcción de tejido social comunitario

en contra de la autogestión, la participación democrática y el progreso en comunidad, en esa medida la mayoría de emisoras, radios, periódicos y televisiones comunitarias están separadas de la función social para la que fueron concebidas.

- c. *Desdén por la comunicación como factor de desarrollo:* La sociedad boyacense y todos los sectores activos hasta ahora comienzan a comprender que la televisión, la prensa, la radio y los medios alternativos y la comunicación organizacional son elementos que deben integrarse a todo el proceso productivo para garantizar el posicionamiento, sostenimiento y expansión de los productos, bienes y servicios.
- a. *Desaprovechamiento de los medios de comunicación existentes:* existen en la región cerca de 37 emisoras comunitarias, 26 comerciales, 7 de interés público y 3 culturales; alrededor de 10 canales de televisión entre regional, local y provincial; 210 periódicos escolares, 6 de carácter departamental, y un número cercano a 20 revistas que como espacios para la comunicación no son plenamente utilizados. Las estaciones radiales y televisivas poseen una mínima parrilla de programación y por la falta de producciones se ven obligadas a saturar sus emisiones con música, publicidad o retransmisiones. (Comunicación Social, 2012, p. 25).

Comunicación para proyectos gubernamentales y de cooperación internacional.

El programa considera importante incidir en este tipo de proyectos por las posibilidades humanas y financieras que estos sectores pueden aportar al mejoramiento de la realidad cultural y social de las comunidades de la región.

En los últimos años, la suscripción por parte del estado colombiano de acuerdos, convenios tratados y protocolos internacionales, lo hace responsable del diseño y aplicación de políticas públicas de desarrollo ejecutadas por las mismas comunidades bajo la modalidad de autogestión y apalancadas por la cooperación internacional y multilateral. Por eso, la proyección social desde la comunicación se hace necesaria en la medida que ésta constituye un factor de cohesión y diálogo entre el estado y las poblaciones.

Comunicación para la paz

Los medios de información constituyen hoy los principales vehículos para legitimar un posible acuerdo de paz. Sobre ellos descansa la responsabilidad de que sean atendidas todas voces que configuran la pluralidad social, cultural, étnica y política de

la sociedad; y en que el proyecto de un nuevo país haya hecho una revisión profunda de la base estructural histórica que originó el conflicto armado en Colombia.

El Programa puede hacer un aporte significativo para espacios de reflexión a la sociedad civil sobre los orígenes, naturaleza, manifestaciones, mitos y realidades del conflicto armado en Colombia. El Programa tiene igualmente una enorme responsabilidad pedagógica e informativa que le permita a la sociedad de la región en un mejor ánimo y conocimiento para la paz mediante lecturas críticas, reflexiones éticas y relatos constructores de vida, convivencia y tolerancia.

8.1.2. Área de proyección: Comunicación y Educación

En todo acto educativo existe un acto comunicativo cuando se intercambian significados en la interacción de las personas y gracias a ellos se aprende de la cultura y sus legados.

Hasta hace unos años los campos de la educación y la comunicación vivían en ambientes separados (Pérez, 2003), pero con el arribo de la sociedad de la información y a la necesidad de cambiar los paradigmas educacionales, estas dos disciplinas lograron aproximarse y relacionarse. La interrelación y suma de la educación y comunicación otorgan sentido a las prácticas educomunicativas, que según Parra (2000) se encargarán de fortalecer el desarrollo de los aprendizajes, aprovechando los elementos producidos y puestos en circulación por la comunicación y los medios masivos para la interpretación de los mensajes.

Para Prieto (2005), la comunicación es un auxiliar que brinda elementos útiles para la enseñanza en el aula, que ayuda a evolucionar la educación y enriquecer los procesos de abstracción y lectura de la realidad. Los educadores deben conocer el contexto y aceptar las culturas emergentes, desentrañar su ritmo metodológico y buscar interdependencia en las disciplinas del saber que contribuyan a la comprensión y construcción de las relaciones con varios ámbitos de las ciencias puras, las sociales y las humanas, porque afortunada o desafortunadamente nos encontramos en un planeta donde todo es interdependiente.

En Colombia vemos que la academia tiene en sus currículos de pregrado y de postgrado líneas encaminadas al trabajo de la Comunicación y Educación, estos atisbos nos llevan a empoderarnos y consolidar esfuerzos para promover en los estudiantes la interpretación y lecturas sociales de los mensajes con una visión crítica.

El acercamiento que el programa de Comunicación Social tiene en el campo de la Educomunicación, contextualiza al estudiante y lo orienta, para que en su quehacer comunicacional consiga impactar y mejorar según el caso, procesos educativos en contextos de educación formal, no formal e informal, interactúe y se apropie del medio en una sólida experiencia que le servirá como punto de referencia para su vida personal y profesional.

En esta área, el interlocutor social y mediador del programa de Comunicación Social pondrá a disposición sus competencias, para diseñar proyectos encaminados al mejoramiento de la calidad de vida y los aspectos valóricos de las comunidades menos favorecidas de su entorno más próximo, gracias al aprendizaje y compromiso social que la academia ha infundado.

Objetivo del Área

- Contribuir a la solución de problemáticas educativas formales, no formales e informales a través de las nuevas tecnologías y medios de comunicación.

9. DIFUSIÓN EN EL PROGRAMA

La política de difusión de la Universidad de Boyacá está contemplada en el Acuerdo 874 del 02 de junio de 2016. La misma, determina que el proceso de difusión tendrá como objetivo, dar a conocer a nivel interno, regional, nacional e internacional las actividades institucionales, de docencia, investigación, proyección social, extensión, internacionalización, egresados, de convenios y de educación virtual principalmente.

Se pretende que todas las actividades de la Universidad serán difundidas en el ámbito nacional e internacional, de acuerdo con las políticas acogiendo las metas, estrategias y actividades del PDI.

El proceso de difusión estará regulado por las normas institucionales de manejo de imagen, de uso de información, de derechos de autor y las leyes y normas vigentes. Los medios de comunicación externos en los cuales se debe realizar la difusión-divulgación son radio, prensa, revistas nacionales o internacionales, revista institucional, eventos nacionales o internaciones, y/o cualquier otro medio emergente y aprobado institucionalmente para este fin.

9.1. Líneas de Difusión

El programa de Comunicación Social, concibe la difusión desde dos áreas:

9.1.1. Área de Divulgación y Comunicación del Conocimiento.

La divulgación científica tiene la trascendental tarea de llevar el conocimiento científico humano a la mayoría de individuos de la sociedad, con la mayor claridad y honestidad informativa posibles.

La divulgación científica hace converger a la Comunicación y a la Ciencia bajo un marco de tensiones, acuerdos, necesidades mutuas e interesantes interacciones. Es sobre esto último, el proyecto plantea una oportunidad de aprendizaje para que el estudiante de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá identifique la importancia de los medios de información frente al diálogo entre ciencia-sociedad-cultura y también visualice el periodismo especializado como un posible escenario para su profesionalización.

El ser humano ha llegado a ser lo que es por cuenta de su apropiación científica de la vida. En ello se diferencia de las demás especies. La inteligencia, lenguaje, memoria y capacidad simbólica han hecho que su conocimiento no se disperse o refunda en los escondrijos de la biología, sino que se materialicen y reaviven permanentemente en las dinámicas de la cultura.

Por eso, la ciencia como parte de la cultura requiere un espacio de socialización que le permita conocer y entender a la población en general los avances en la técnica y en la tecnología, sus efectos sobre el entorno y sus consecuencias para la vida sobre el planeta.

Hoy es imposible concebir a un comunicador social idóneo que prescindiera de un mínimo de preguntas en torno a la ciencia, de su papel como comunicólogo y como mediador cultural. Por eso, es importante acercarse al conocimiento científico, a los géneros periodísticos adecuados y a las estrategias comunicativas precisas para cumplir eficazmente la tarea de DIVULGAR por los medios de comunicación tradicionales, pero también a través de los medios digitales.

Para esto, el proyecto tiene como meta la formación de fundamentos básicos para potenciar en el estudiante actitudes y aptitudes éticas, estéticas, científicas, técnicas, sociológicas y culturales para el mejoramiento de las posibilidades comunicativas de la ciencia y la divulgación de la misma a través de medios de comunicación radiales y televisivos que les permita dar a conocer los resultados de investigación de la Universidad de Boyacá, principalmente.

OBJETIVOS

Generar espacios de periodismo científico, que permitan el acercamiento de la ciencia a la comunidad en general a través de los medios de comunicación.

Producir productos de comunicación centrados en la comunicación de la ciencia, que permitan profundizar en el ejercicio del periodismo científico.

Divulgar los resultados de investigación y actividad investigativa de los diferentes grupos de investigación de la Universidad de Boyacá, que redunden en procesos de divulgación del conocimiento y comunicación de la ciencia.

9.1.2. Área de Medios de Comunicación Universitarios

El programa de Comunicación Social ve en la función de difusión, una oportunidad de visibilización de las acciones y resultados del programa de Comunicación Social y un espacio formación de los estudiantes en el ejercicio de producción de medios de comunicación.

Actualmente, cuenta con medios de comunicación universitarios en prensa, radio, televisión e Internet:

Revista 1un Pretexto

Este medio de difusión es el primer contacto que tienen los estudiantes de segundo y tercer semestres con el proceso de publicación real de un medio impreso. Es una práctica formativa que se desarrolla como proyecto de clase de las asignaturas de Redacción Básica y Redacción Literaria y Periodística, pretende ser la plataforma de divulgación de los trabajos de reportería e investigación de los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá, con una narrativa cercana a la denominada “nueva prensa”.

La línea editorial de esta revista está enfocada a contar historias que reflejen hechos y personajes que cada día contribuyen al desarrollo del departamento, y el tratamiento de las mismas está matizado por un estilo ameno y sugestivo, propio de los jóvenes, quienes procuran que los lectores se informen, se entretengan y conozcan un poco más de su departamento.

La narrativa es la tendencia escritural y las historias salen de personajes cotidianos, localizados en entornos urbanos y rurales, quienes con sus acciones o historias de vida han estado ocultos. A través de 1Un pretexto y del trabajo de los estudiantes y su capacidad de investigación se construyen relatos que se perfilarán en géneros mayores como crónicas, reportajes, perfiles o informes especiales.

El proceso de edición de 1Un Pretexto, se realiza en un contexto real en el que se tienen en cuenta fechas de cierre, decisiones editoriales, correcciones de estilo, etc. De la misma manera que la distribución de 500 unidades gratuitas en la ciudad.

Agenda Ciudadana

Creado en 2010, responde a la política institucional de promover medios de comunicación desde los cuales se aporte al desarrollo de la sociedad boyacense. Es un laboratorio de ciberperiodismo para los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá y un escenario de práctica y de adquisición de competencias profesionales en el ámbito de los nuevos medios de comunicación.

Es una alternativa informativa desde la perspectiva del periodismo ciudadano. La línea editorial del periódico digital está soportada en los fundamentos del periodismo público que da prioridad a la agenda de los ciudadanos. Se propone visibilizar los proyectos, las iniciativas y las necesidades de las comunidades y se ocupa prioritariamente de los asuntos que les interesan a las ciudadanas y a los ciudadanos y sus temáticas se abordarán integralmente desde la mirada de todos los protagonistas.

Agenda Ciudadana fundamenta su estructura y la producción de sus contenidos en los principios de la comunicación en ambientes virtuales: hipertexto, hipermedia, multimedia

e interactividad. Los textos son inéditos y producidos por estudiantes y docentes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá.

La presentación de los textos corresponde con las pautas que caracterizan al periodismo en red. Los trabajos se construyen bajo los parámetros de los géneros periodísticos propios de los medios digitales. Las noticias, crónicas, reportajes y demás producciones periodísticas deben estar suficientemente documentadas, soportadas, confrontadas, atribuidas y verificadas. La producción periodística de los estudiantes y docentes del programa de Comunicación Social debe acogerse a las normas sobre derechos de autor, a los códigos de ética periodística y a las disposiciones legales que regulan el ejercicio profesional. Por lo tanto, Agenda Ciudadana se convierte en otro escenario de prácticas en contextos reales para los estudiantes del programa.

UB Virtual Radio

Es la Emisora Virtual de la Universidad y cuenta con la participación de estudiantes y docentes del programa de Comunicación, quienes elaboran sus contenidos a partir del cubrimiento de las actividades de la Universidad y del contexto que le rodea.

Actualmente, primer semestre de 2018, se están emitiendo los siguientes programas realizados por estudiantes y/o docentes de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá:

Magazín televisivo Proyección Universitaria.

Como se manifestó antes, este programa se propone proyectar, la visión, misión y propósitos de la Universidad de Boyacá en el ámbito nacional. Tiene dos objetivos claros: de una parte, articular la mirada académica sobre la realidad social de la región; y constituirse en un espacio de aprendizaje y promoción de los futuros profesionales de la comunicación y el periodismo. Proyección Universitaria se emite semanalmente desde hace cinco años por canales locales y regionales.

10. INTERNACIONALIZACIÓN EN EL PROGRAMA.

Amén de los múltiples convenios de apoyo interinstitucional suscritos por la Universidad, de los cuales se beneficia el Programa, es evidente que los procesos de internacionalización han sido probados mediante la convalidación y homologación del título profesional, procesos que son factibles de desarrollar con instituciones de educación superior de carácter regional, nacional e internacional, gracias a que la estructura curricular incluye los componentes y áreas básicas de la Comunicación Social, las cuales son: Comunicología o teorías de la comunicación, expresión, humanidades, investigación en comunicación, tecnologías de la comunicación y gestión comunicacional, las cuales están presentes en la mayoría de las escuelas o facultades de Comunicación Social de todo el mundo.

Concretamente, para el caso del programa de Comunicación Social de la Universidad de Boyacá, fue posible realizar el proceso de homologación de un semestre académico con la Universidad de Salamanca (España), institución con la cual se realizó un intercambio estudiantil en el primer período de 2001, dando como resultado la validación de un semestre para las estudiantes que estuvieron en dicho programa.

Sistemáticamente cada período académico se realiza intercambio estudiantil con la Universidad de Colima, la Universidad Autónoma de Chiapas y la Universidad de Guadalajara en México, Instituciones que han acogido a estudiantes del programa para la realización de un semestre académico, experiencia altamente provechosa en la cual un alumno del Programa participó en el equipo ganador de la segunda bial internacional de radio convocada por radio Unidas. En igual sentido, el Programa ha acogido estudiante de estas Universidades mexicanas y de la Universidad de Cuyo Argentina, con resultados **satisfactorios**[MPFR2].

En cuanto a la convalidación de títulos, el gobierno español otorgó este reconocimiento a una egresada del Programa quien ejerce su profesión en ese país.

El impacto del programa de Comunicación Social de Universidad de Boyacá ha sido reconocido por la comunidad académica internacional a través de la concesión de la Acreditación de Internacional (RIEV2) por parte la Red Internacional de Evaluadores, que, durante el año 2017, realizó la respectiva evaluación del Programa.

De la misma manera, el continuo flujo de estudiantes de intercambio, garantizan la calidad del plan de estudios del Programa y su correlación con el desarrollo de la profesión en el ámbito internacional.

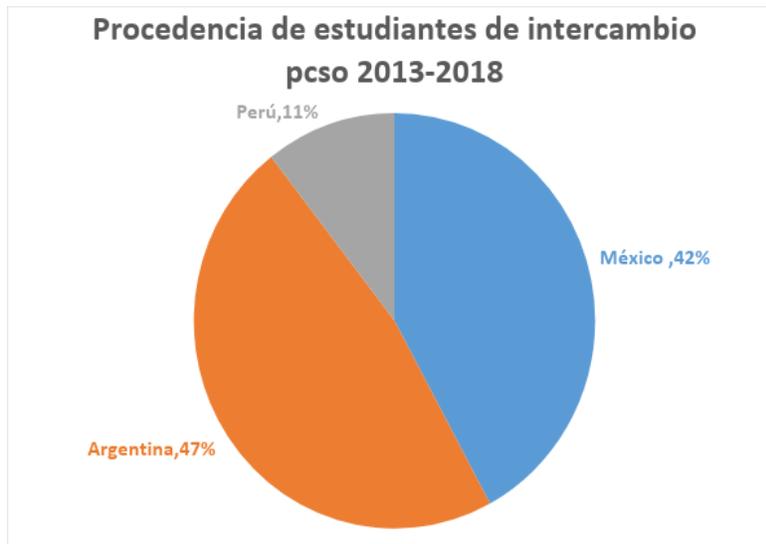
Ilustración 7. Movilidad Entrante Estudiantes



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Relaciones Interinstitucionales e Internacionales, 2018

El programa, en el periodo de autoevaluación, ha recibido en su mayoría estudiantes provenientes de Argentina, México y Perú.

Ilustración 8. Procedencia de los estudiantes de intercambio recibidos en el Programa.



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Relaciones Interinstitucionales e Internacionales, 2018

Este proceso de intercambio ha impactado por ejemplo, mediante el ejercicio de creación por parte de Verónica Pérez Ruiz de la UNACH, quien como proyecto de grado lideró la Revista “Letra Suelta”, hoy “Gazeta Letra Suelta” en la UNACH, inspirada en su interacción en el intercambio con proyecto de la Revista UnPretexto del Programa de Comunicación Social. Este testimonio se puede corroborar a través del enlace <https://www.facebook.com/LetraSueltaUnach/videos/1590329804417851/> . La Revista de la UNACH ya va en su 10ª Edición.

De la misma manera como se ha recibido estudiantes internacionales, el programa de Comunicación Social ha enviado estudiantes de intercambio de manera continua:

Ilustración 9. Movilidad Saliente Estudiantes



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Relaciones Interinstitucionales e Internacionales, 2018

Los países a los que han realizado movilidad internacional los estudiantes del Programa de Comunicación Social entre 2013 y 2017 han sido Argentina, México, Perú y Paraguay.

Ilustración 10. Países Receptores de Movilidad Internacional del Programa 2013-2017



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Relaciones Interinstitucionales e Internacionales, 2018

De otra parte, las experiencias de homologación de cursos realizados en otros programas nacionales o extranjeros para el programa, durante el periodo de autoevaluación son: 5

Los estudiantes de intercambio que han tomado cursos en el programa el periodo de autoevaluación, se relacionan a continuación.

Tabla 5. Estudiantes de Intercambio que han Realizado Cursos en el Programa durante el Período de Autoevaluación

AÑO	NOMBRE DEL ESTUDIANTE	UNIVERSIDAD DE ORIGEN	PÁIS
2017	Cristian Eduardo Triana Reyes	Universidad Autónoma de Tamaulipas	México
2017	Gian Franco De Luca Bontorno	Universidad Nacional de Cuyo	Argentina
2017	María Carolina Medawar Herrera	Universidad Nacional de Cuyo	Argentina
2017	María Dolores Morales Moreno	Universidad Autónoma de Baja California	México
2017	Sofía Furrer Solla	Universidad Nacional de Cuyo	Argentina
2017	Sofía Rosas Bascuñan	Universidad Nacional de Cuyo	Argentina
2017	Villerman Toalá Jiménez	Universidad Autónoma de Chiapas	México
2018	Barreto María Celeste	Universidad Nacional de Córdoba	Argentina
2018	Cayotopa Román Edison Jean Pierre	Universidad Señor de Sipán	Perú
2018	Marcionni Paviolo Lautaro Lighuen	Universidad Nacional de Córdoba	Argentina
2018	Torres Sánchez Katherine del Pilar	Universidad Señor de Sipán	Perú
2018	Vela Sánchez Junior Jean Pier	Universidad Señor de Sipán	Perú

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Relaciones Interinstitucionales e Internacionales, 2018

En cuanto a la movilidad docente, este proceso ha sido constante y participativo, tal como se muestra en las siguientes tablas de resumen o síntesis, que dan cuenta del trabajo de intercambio y movilidad de los profesores, en el ámbito nacional e internacional:

Tabla 6. Movilidad Docente Entrante 2016 – 2018

Nombre	Entidad de origen	País	Objeto	Año
Alejandra Quintero Nonsoque	Corporación Unificada Nacional de Educación Superior	Colombia	Realización de la conferencia "Comunicarse en tiempos de "like". Comunicación asertiva en redes sociales", en el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años.	2017
Andrea Sotelo Carreño	Universidad Santo Tomás	Colombia	Realización de la conferencia: Las comunidades rurales y su significado de progreso. Casos: lagos de Tota y La Cocha". En el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años. Mayo de 2017.	2017

Daniel Barredo Ibañez	Universidad del Rosario	Colombia	Realización de la conferencia: "Comunicación Social en Colombia: retos y desafíos para un contexto de paz". Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años.	2017
Francisco Sierra	Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - CIESPAL		Realización de la conferencia: " <i>Políticas de comunicación y ciudadanía. Cultura de paz y mediación social de lo común</i> " 39° ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PROGRAMAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN – AFACOM: Narrativas de paz y nuevos contextos para la comunicación en América Latina. 9, 10 y 11 de marzo de 2016.	2016
Gina Morelo	Consejo de Redacción	Colombia	Realización de la conferencia: " <i>Las facultades de comunicación enseñando a narrar la paz. Reflexiones para cultivar el pensamiento crítico desde un periodismo por la tangente</i> ". 39° ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PROGRAMAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN – AFACOM: Narrativas de paz y nuevos contextos para la comunicación en América Latina. 9, 10 y 11 de marzo de 2016.	2016
Guadalupe Peres-Cajías	Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS)	Bolivia	Realización de la conferencia: " ¿Cómo entender las narrativas de paz en la Bolivia de Evo Morales? Un análisis comunicacional para mejorar la condición democrática de la sociedad boliviana ". 39° ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PROGRAMAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN – AFACOM: Narrativas de paz y nuevos contextos para la comunicación en América Latina. 9, 10 y 11 de marzo de 2016.	2016
Jorge Aguilera	Politécnico Grancolombiano	Colombia	Realización de la conferencia: " El reto del comunicador organizacional frente a los escenarios de paz y democracia ". 39° ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PROGRAMAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN – AFACOM: Narrativas de paz y nuevos contextos para la comunicación en América Latina. 9, 10 y 11 de marzo de 2016.	2016
Jorge Mario Karam Roza	Universidad Sergio Arboleda	Colombia	Realización de la conferencia: "Gamificación: la comunicación desde nuevas fronteras". En el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años. Mayo de 2017.	2017
José Augusto Ventín Sánchez	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Colombia	Realización de la conferencia "El qué y el para qué de las radios universitarias" en el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años.	2017
Lizandro Penagos	Universidad Autónoma de Occidente	Colombia	Realización de la conferencia: " La comunicación audiovisual y su papel social frente a la paz y la democracia " 39°	2016

			ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE	
Nancy Ballestas Caro	Fundación Politécnico Grancolombiano	Colombia	Realización de la conferencia "La historia como fisura comunicacional" en el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años.	2017
Olga Behar	Universidad Santiago de Cali	Colombia	Realización de la conferencia: " <i>Contextos, textos y pretextos para la paz desde la comunicación y el periodismo</i> " 39° ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PROGRAMAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN – AFACOM: Narrativas de paz y nuevos contextos para la comunicación en América Latina. 9, 10 y 11 de marzo de 2016.	2016
Rafael Loaliza	Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS)	Bolivia	Realización de la conferencia: " <i>La tarea de las escuelas de comunicación en la formación de un profesional para la paz, la cultura democrática y la convivencia</i> ". 39° ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PROGRAMAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN – AFACOM: Narrativas de paz y nuevos contextos para la comunicación en América Latina. 9, 10 y 11 de marzo de 2016.	2016
Sandra Liliana Osses Rivera	Universidad Central	Colombia	Realización de la conferencia "Radios ciudadanas y comunitarias" en el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años.	2016
Sandra Lucía Ruiz Moreno	Universidad del Rosario	Colombia	Realización de la conferencia: "Construcción de memoria a través de narrativas digitales en zona rural de Boyacá" En el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años	2016
Sergio Rodríguez Blanco	Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP)	Colombia	Realización de la conferencia: " <i>El periodismo y la fotografía ante las narrativas e imaginarios hegemónicos de la violencia en México. Reflexiones para cultivar el pensamiento crítico desde un periodismo por la tangente</i> ". 39° ENCUENTRO ACADÉMICO Y ASAMBLEA NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PROGRAMAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN – AFACOM: Narrativas de paz y nuevos contextos para la comunicación en América Latina. 9, 10 y 11 de marzo de 2016.	2016
Victoria González Mantilla	Universidad Externado de Colombia	Colombia	Realización de la conferencia "Cubrimiento mediático del proceso de paz y el postconflicto en Colombia", en el Encuentro Campos, cosechas y caminos de la comunicación - 25 años del Programa de Comunicación Social.	2017
Josef Hackspacher	Freelancer, productor audiovisual.	Alemania	Realización de la conferencia "Especificidad Media: Genealogía de las propiedades específicas de cada medio artístico. La diferenciación estética manifestada por Lessing en el siglo XVIII sirve como	2018

			punto teórico de partida, para proseguir finalmente el siglo 21 y el uso específico de cada medio en correlación con el cine". Seminario Taller: Aproximación textual: Basándose en el texto "la Aurora de la conciencia estética y la prehistoria" discute este seminario algunas de las practicas, que posiblemente podrían contribuir al proceso de aprendizaje exitoso y a la comprensión textual.	
Miguel Villate	Colectivo Casa Sola. Cargo: Director	Colombia	Realización de la conferencia	2018
Juan Guillermo Ramírez	Universidad Cooperativa de Colombia. Cargo: Docente	Colombia	Realización de la conferencia: "Filosofía del Cine. Cine en Colombia: Análisis"	2018

Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Relaciones Interinstitucionales e Internacionales, 2018

Tabla 7. Movilidad Docente Saliente 2016 – 2018

FECHA DE LA PONENCIA	DOCENTES	LUGAR	NOMBRE DEL EVENTO
03/10/2013	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Universidad de los Andes/ Bogotá, Colombia	Primer Encuentro Nacional Investigaciones sobre "el cuerpo"
9, 10, 10 de octubre de 2013	Jaime Alberto Pulido Ochoa	Tunja	III Congreso Nacional y II Internacional de Investigación y Pedagogía
27/011/2014	Diana Elizabeth Vargas Hernández	PNUD. Tunja, Boyacá	Latinoamérica Generando más allá del discurso 2015 una oportunidad para el cambio social
20/04/2015	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Universidad Santo Tomás, Tunja	Mujer, Ciencia y Tecnología
5, 6 y de Octubre 2015	Mario Alexander Lozano García	Medellín	XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación –FELAFACS: Convergencias Comunicativas. Mutaciones de la cultura y el poder.
5, 6 y de Octubre 2015	Erika Sánchez	Medellín	XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación –FELAFACS: Convergencias Comunicativas. Mutaciones de la cultura y el poder.
09/02/2016	Libia Carolina Pinzón C.	Universidad de Manizales	Encuentro de profesor de redacción y periodismo
09,10/02/2016	Julián Ricardo Cifuentes Rojas	Universidad de Manizales	I Encuentro nacional de profesores directores de periódicos universitarios
19 / 04 /2016	Libia Carolina Pinzón C.	Universidad Santo Tomás Bogotá	Encuentro de investigación en Comunicación.
01/11/2016	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Universidad Juan N. Corpas, Bogotá.	Primer Encuentro Regional de Postgrados. La Educación Posgradual en Colombia una apuesta por el posconflicto

01/11/2016	Luis Enrique Albesiano Fernández	Universidad Juan N. Corpas, Bogotá.	Primer Encuentro Regional de Postgrados. La Educación Posgradual en Colombia una apuesta por el posconflicto
26 y 27 de mayo de 2016	Mario Alexander Lozano García	Universidad del Norte	I Encuentro de la Asociación de Investigadores en Comunicación - ACICOM 2016
20/05/2017	Libia Carolinas Pinzón C.	Inphau	Encuentro de investigación en Comunicación.
01/05/2017	Catalina Beltrán	Universidad de Boyacá	Campos, Caminos y Cosechas de la Comunicación. Universidad de Boyacá.
02/06/2017	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Universidad Santo Tomás, Bogotá	III Coloquio Nacional y I Internacional de Estudiantes de Doctorado en Educación
28/07/2017	Libia Carolina Pinzón C.	Universidad Santiago de Cali	Primer Encuentro de la Red Colombiana de Periodismo Universitario
28/07/2017	Luis Enrique Albesiano Fernández	Universidad Santiago de Cali	Primer Encuentro de la Red Colombiana de Periodismo Universitario
24/08/2017	Luis Enrique Albesiano Fernández	Universidad de Boyacá, Tunja	Seminario taller internacional sostenibilidad de sistemas territoriales
24 de agosto de 2017	Catalina Beltrán	Universidad de Boyacá, Tunja	Seminario Internacional Sostenibilidad de Sistemas Territoriales
23/08/2017	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Universidad de Boyacá, Tunja	Seminario Taller: Sostenibilidad de Sistemas Territoriales, Ambientes Rurales y Urbanos
7, 8 y 9 de septiembre de 2017	Mario Alexander Lozano García	Universidad Externado de Colombia	VI Congreso Internacional Comunicación Política y Comportamiento Electoral - ALICE 2017
15 de septiembre de 2017	Angélica María Rincón	UPTC	I congreso internacional de pedagogía, educaciones y didácticas
28 y 29 de septiembre de 2017	Catalina Beltrán	Villa de Leyva, Boyacá.	Festival de Cortometrajes Villa del Cine, Villa de Leyva, Boyacá.
06/10/2017	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Universidad Simón Bolívar, Barranquilla	IV Simposio Internacional de Educación, Formación Docente y Práctica Pedagógica
18, 19 y 20 de octubre 2017	Mario Alexander Lozano García	Pontificia Universidad de Valparaíso - Chile	XVI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social - FELAFACS 2017
25/11/2017	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Corporación Universitaria Americana	Congreso Internacional Interdiscipliniedad y Desarrollo CIID. Corporación Universitaria Americana, Medellín. Noviembre 25 de 2017.
25/11/2017	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Corporación Universitaria Americana	Congreso Internacional Interdiscipliniedad y Desarrollo CIID. Corporación Universitaria Americana, Medellín. Noviembre 25 de 2017.
15/07/2018	Diana Elizabeth Vargas Hernández	Universidad Simón Bolívar	Estancia Doctoral Nacional

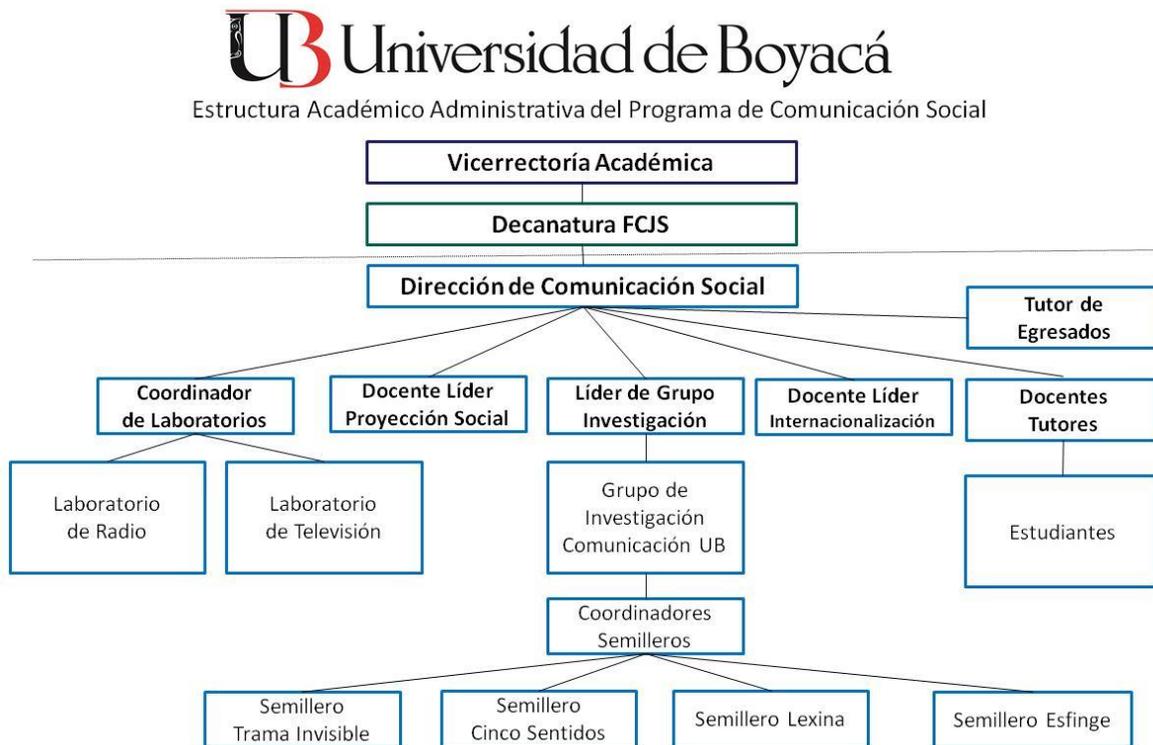
Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Relaciones Interinstitucionales e Internacionales, 2018

11. ESTRUCTURA ACADÉMICA – ADMINISTRATIVA DEL PROGRAMA.

El programa de Comunicación Social está adscrito a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, la cuales depende directamente de la Vicerrectoría académica de la Universidad de Boyacá.

El Programa cuenta con una estructura académico administrativa adecuada, con personas líderes o responsables de cada una de las funciones sustantivas, tal como se detalla a continuación.

Ilustración 11 Estructura académico administrativa del PCSO, 2018

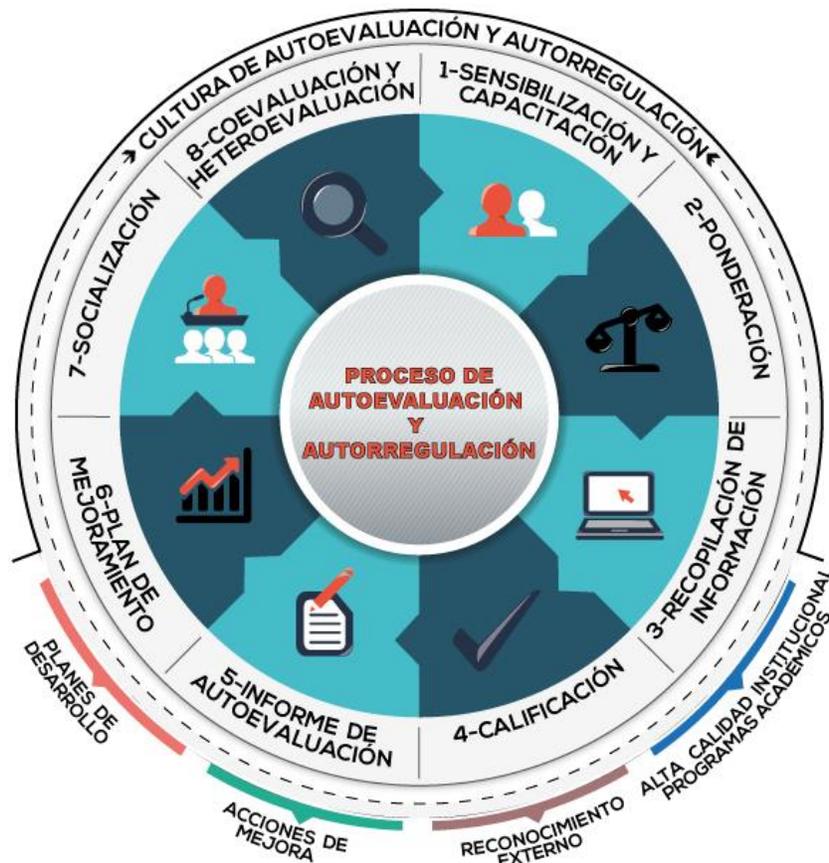


Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Plan de General de Desarrollo FCJS, 2018

12. AUTOEVALUACIÓN Y AUTORREGULACIÓN DEL PROGRAMA.

El proceso de autoevaluación y autorregulación del Programa está armonizado y obedece al modelo institucionalmente utilizado por la Universidad de Boyacá, el cual se orienta a garantizar la revisión y el mejoramiento continuo de las funciones sustantivas y adjetivas, mediante el desarrollo de un proceso cíclico y continuo de autoevaluación que le permite al Programa generar acciones de mejora encaminadas al mantenimiento y/o perfeccionamiento de las condiciones de calidad:

Ilustración 12. Modelo de Autoevaluación Institucional y del Programa



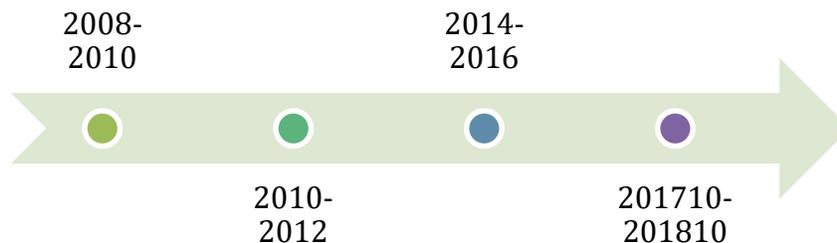
Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, División de Acreditación, 2018

Así el programa a través del proceso de autoevaluación determina el estado de cumplimiento de las diferentes características y luego a través del diseño y puesta en

marcha de un plan de mejoramiento, lograr realizar acciones que permiten el cumplimiento de las metas acordadas.

En los últimos 8 años, el Programa ha realizado cuatro procesos de autoevaluación que le han permitido llegar a un porcentaje de 87,19 de aproximación al logro ideal máximo

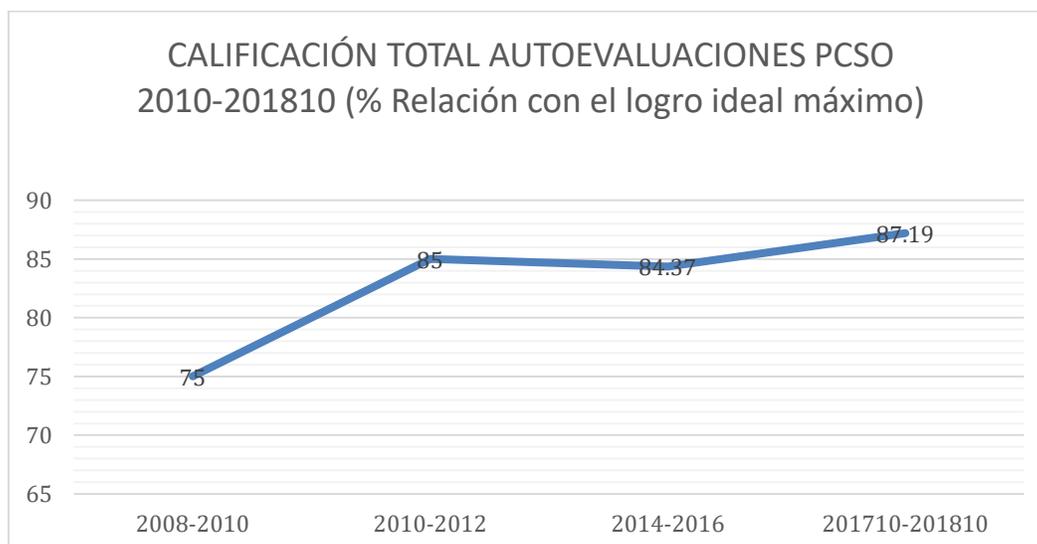
Ilustración 13. Procesos de autoevaluación desarrollados por el Programa 2008-2018



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Programa de Comunicación Social, 2018

Como se hace evidente en la gráfica, el programa a través de los procesos de autoevaluación y autorregulación se ha ido avanzando en el camino hacia el logro ideal máximo lo que ha permitido realizar los ajustes pertinentes hacia la calidad académica.

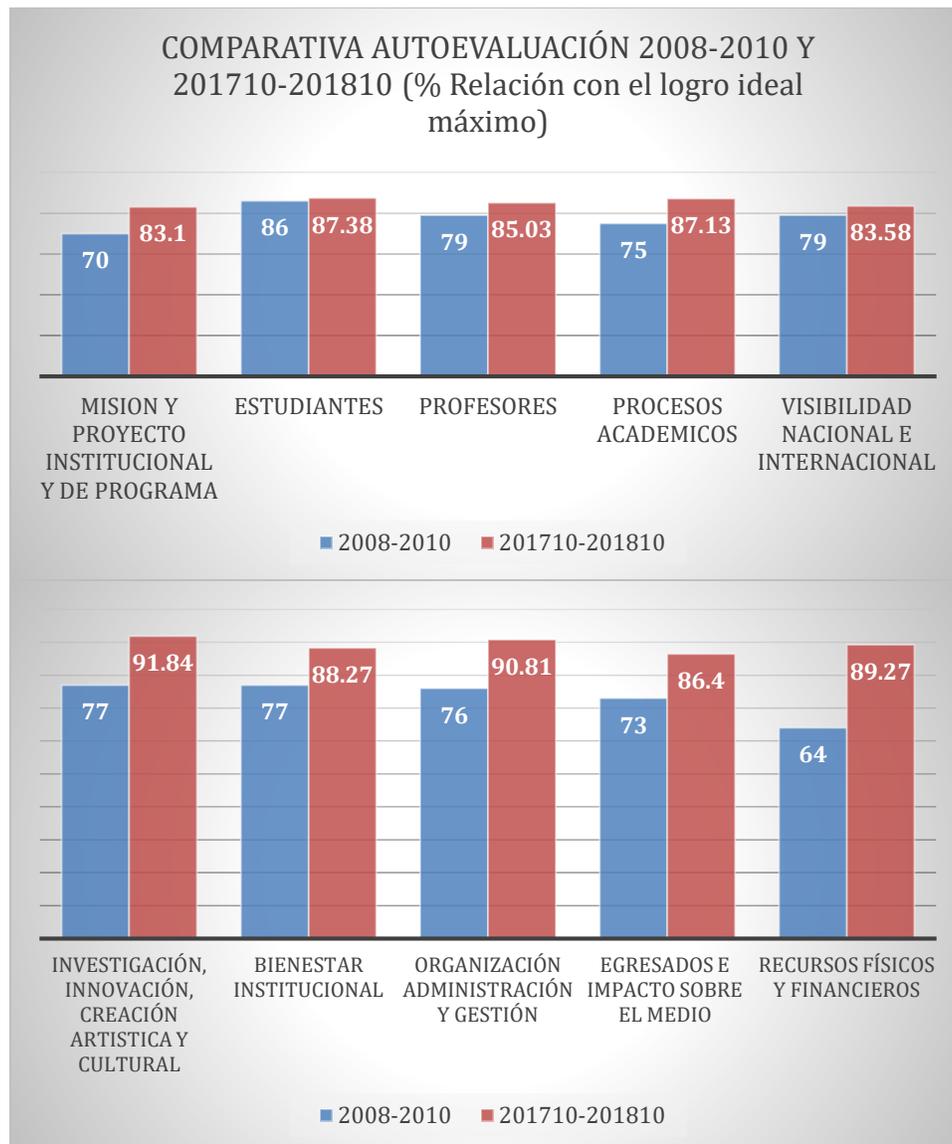
Ilustración 14. Calificación total autoevaluaciones del Programa procesos de autoevaluación



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Programa de Comunicación Social, 2018

El programa ha realizado importantes ajustes en el número de docentes vinculados de tiempo y medio tiempo al programa, además de perfeccionar los procesos académicos y potenciar su orientación hacia la investigación formativa, que han supuesto el afianzamiento de espacios de docencia e investigación. En la gráfica 19 se puede apreciar el avance del programa en comparativa de su estado a finales de 2010 y estado actual del mismo a 201810.

Ilustración 15. Comparación de resultados autoevaluación 2008-2010 y 201710-201810



Fuente: UNIVERSIDAD DE BOYACÁ, Programa de Comunicación Social, 2018.

13. PROSPECTIVA DEL PROGRAMA

El *Proyecto Educativo Institucional* contempla nueve programas que definen todo el trabajo institucional, estos son: Programa de Docencia y Formación, Investigación, Proyección Social, Administrativo, Financiero, Infraestructura y Dotación, Informática Tecnología y Telecomunicaciones, Fortalecimiento de las Relaciones Externas y Bienestar Institucional. El Proyecto Educativo del Programa (P.E.P.) de Comunicación Social se enmarca dentro de estos lineamientos, y desarrolla cada uno de ellos como se menciona a continuación:

PROGRAMAS DEL P.E.P.

Programa	Objetivos	Estrategias	Metas
<p>1. Docencia y Formación</p>	<p>Promover la capacitación permanente, con el fin de contar con personal docente idóneo que contribuya al fortalecimiento de la calidad académica y la investigación en el Programa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Socializar con docentes y estudiantes los convenios interinstitucionales, con el fin de incentivar el interés por los diferentes programas de pregrado, especialización o maestría que se pueden desarrollar en el marco de dichos convenios. ❑ Incentivar la participación de los docentes del Programa en los seminarios y eventos académicos organizados por la Institución y por otras instituciones. ❑ Incentivar a los docentes para que desarrollen competencias comunicativas en una segunda lengua. ❑ Fomentar en forma directa la realización periódica de eventos y actividades académicas tales como seminarios, cursos, jornadas de actualización y talleres organizados por el Programa. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Realizar un curso de capacitación semestral en las áreas de ciencias de la comunicación, enfocado hacia el desarrollo de nuevos escenarios de actuación de la Comunicación Social. ❑ Realizar como mínimo una jornada de actualización por año, con el fin de hacer partícipes a docentes de tiempo completo y catedráticos, involucrados en el área de la Comunicación. ❑ Un docente de tiempo completo cada cuatro años realizará un programa de maestría o especialización. ❑ Para los próximos cinco años el 90% de los docentes debe dominar un segundo idioma.
<p>2. Investigación</p>	<p>Fomentar y fortalecer la investigación en el programa de Comunicación Social con la participación activa de los docentes y estudiantes, con el fin de apoyar los procesos académicos y la</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Incorporar en el plan de estudios, actividades académicas que fomenten la investigación formativa. ❑ Definir incentivos enmarcados en las políticas institucionales para apoyar el trabajo de investigación realizado por docentes y 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Anualmente se desarrollará al menos un proyecto de investigación que por sus resultados amerite el reconocimiento por parte de la comunidad académica interna y externa. ❑ En los próximos cinco años se incrementará significativamente

	proyección social del Programa.	estudiantes del programa de Comunicación Social. <ul style="list-style-type: none"> ❑ Capacitar a los docentes en formación investigativa. ❑ Crear grupos de investigación interdisciplinarios con la participación de docentes y estudiantes de los diferentes programas ❑ Crear semilleros de investigación en los que participen activamente docentes y estudiantes. 	la producción y publicación de material producto de las investigaciones desarrolladas por el Programa. <ul style="list-style-type: none"> ❑ Anualmente se realizará al menos una actividad de capacitación en investigación dirigido a la comunidad académica del Programa. ❑ Anualmente se debe incrementar la participación activa en redes científicas de investigación. ❑ Para los próximos cinco años el Programa tendrá al menos dos grupos de investigación reconocidos por Colciencias.
3. Proyección Social	Desarrollar proyectos que brinden soluciones a los diferentes problemas y necesidades del entorno en el área de tecnologías de información y comunicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Fortalecer la proyección social del Programa a través de actividades académicas, prácticas empresariales y proyectos de grado desarrollados por parte de los estudiantes. ❑ Involucrar en el currículo del Programa los cambios producto de la interacción del Programa con el entorno. ❑ Realizar permanentemente estudios para conocer las necesidades y problemas del entorno a los cuales el Programa puede ofrecerles solución. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Semestralmente todos los estudiantes de último semestre realizarán prácticas empresariales en entidades con las que existan convenios interinstitucionales. ❑ Semestralmente un número significativo de proyectos de grado, estarán orientados a satisfacer problemas y necesidades del entorno. ❑ Cada dos años se realizará un estudio de necesidades del sector público y privado para conocer sus expectativas con respecto al

		<ul style="list-style-type: none"> ❑ Promover el vínculo del Programa con los diferentes sectores de la sociedad con el fin de ampliar el impacto del Programa en su entorno. 	<p>Programa y el impacto que este ha tenido en el medio.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Anualmente se desarrollará un evento académico para capacitar a la comunidad académica interna y externa, sobre temáticas relacionadas con alternativas de solución a la problemática social en las áreas de medios de comunicación, comunicación organizacional y políticas públicas de comunicación.
4. Administrativo	<p>Promover la actualización curricular del Programa de acuerdo con las tendencias en el ejercicio profesional, la pertinencia con las necesidades cambiantes del entorno y la normatividad vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Realizar estudios que determinen la pertinencia, vigencia y aplicabilidad del currículo del Programa. ❑ Incorporar en las discusiones y decisiones de actualización curricular a los diferentes estamentos del Programa, empleadores y comunidad científica. ❑ Revisar y actualizar periódicamente los contenidos programáticos del Programa teniendo como base los resultados de la autoevaluación y las tendencias y necesidades del entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Anualmente se hará una revisión del plan de estudios del Programa en cuanto se refiere a contenidos, metodología y sistema de evaluación. ❑ Cada dos años se realizará un estudio con egresados, empleadores y demás instancias externas sobre la opinión que ellos tienen acerca de la relevancia, vigencia y pertinencia del currículo del Programa.
5. Financiero	<p>Garantizar la suficiencia de los recursos generados por el</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Definir normas claras para el uso racional y adecuado de los recursos del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ En los próximos dos años estructurar un documento guía para

	Programa para su funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Incrementar los ingresos del programa mediante el ofrecimiento de nuevos servicios. 	<p>el uso adecuado de los recursos del Programa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Elaborar un portafolio de servicios del Programa. ❑ Desarrollar una estrategia promocional de los servicios del Programa.
6. Infraestructura y Dotación	Apoyar al Programa y a la Institución en el estudio y desarrollo de soluciones a las necesidades de actualización e innovación comunicacional.	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Implementar una red comunicacional que permita integrar a todas las comunidades académicas de nivel secundario con la Universidad, para resolver sus necesidades más sentidas en comunicación, educación y desarrollo. ❑ Elaborar un estudio de las necesidades de actualización tecnológica del Programa acorde con las tendencias en el ejercicio profesional, que permitan mantener actualizada la estructura curricular. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ cuenta las prioridades institucionales, se desarrollará la Red Comunicacional para los Colegios de Boyacá. ❑ Elaborar un informe anual del estado actual y necesidades de actualización tecnológica y de dotación de los laboratorios que apoyan el Programa de Comunicación Social.
7. Informática, Tecnología y Telecomunicaciones	Promover el uso de los recursos tecnológicos de la Universidad.	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Capacitar a los docentes y estudiantes del Programa en el uso de los recursos del DINTEL. ❑ Informar a los estamentos académicos del programa acerca de las claves de acceso para el uso de las bases de datos. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Anualmente realizar una capacitación con los estamentos académicos docente y estudiantes acerca del uso del sistema Sinergy y del correo electrónico. ❑ Semestralmente propiciar el uso de las bases de datos por parte del 80% de profesores y estudiantes del programa.

8. Fortalecimiento de las Relaciones Externas	Promover una cultura de Internacionalización en el Programa.	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Impulsar el desarrollo de proyectos de Investigación que se puedan adelantar conjuntamente con Universidades nacionales y extranjeras. ❑ Propiciar el desarrollo de estudios en el exterior para el mejoramiento del nivel de formación de los docentes del Programa. ❑ Incluir los referentes internacionales en el área para efectos de la actualización y modernización curricular del Programa. ❑ Apoyar e impulsar la movilidad académica estudiantil y docente con universidades extranjeras con las cuales hay establecidos convenios de cooperación académica. ❑ Generar espacios para propiciar el aprendizaje de un segundo idioma. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ En los próximos cinco años se incentivará la incorporación de estudiantes y docentes visitantes al Programa. ❑ En los próximos cinco años, el Programa buscará estar vinculado activamente a asociaciones Internacionales que apoyen las funciones sustantivas del mismo. ❑ Semestralmente se socializará a la comunidad académica del Programa las políticas y programas institucionales en materia de intercambio. ❑ Anualmente se promoverá la participación activa de los docentes –investigadores del Programa en eventos internacionales, ya sea como asistentes o como ponentes de sus propias investigaciones. ❑ Cada dos años se realizará al menos un evento internacional de carácter académico y científico en áreas de interés del Programa.
9. Bienestar Universitario	Desarrollar acciones que propicien un ambiente adecuado del quehacer académico del Programa apoyando el proceso de formación	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Realizar actividades de integración entre estudiantes, personal administrativo y docentes. ❑ Incentivar la participación de docentes y estudiantes en las diferentes actividades organizadas por bienestar universitario. 	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Realizar como mínimo una actividad de integración anualmente con la participación de estudiantes, personal docente y administrativo. ❑ Organizar semestralmente actividades en donde se

	<p>integral de la comunicad académica.</p>	<p>□ Promover el desarrollo del talento humano a través de actividades extracurriculares.</p>	<p>promueva el desarrollo del talento artístico y deportivo de los diferentes estamentos del Programa.</p> <p>□ Anualmente realizar un encuentro de egresados del Programa de Comunicación Social.</p>
--	--	---	--

14. BIBLIOGRAFÍA

Actualización y Modernización Curricular en Comunicación Social. Documento ACOFI-ICFES. Bogotá. 1996.

Constitución Política de Colombia, 1991

DE ZUBIRÍA, Sergio; BUSTAMANTE ZAMUDIO, Guillermo y otros. El concepto de competencia: una mirada interdisciplinar. Bogotá D.C: Sociedad Colombiana de Pedagogía, 2002, p. 167 – 168.

DÍAZ VILLA, Mario y otros. Estándares mínimos de calidad para la creación y el funcionamiento de programas universitarios de pregrado. Bogotá: ICFES, 2001.

FUENTES NAVARRRO, Raúl. Diseño curricular para las Escuelas de Comunicación Social. Ciudad de México: Trillas, 1991.

GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. El mejor oficio del mundo. En: revista Pulso del Periodismo No. 25 (Enero/marzo).

Ley 182 de 1995 por la cual se reglamenta el Servicio de televisión y se crea la Comisión Nacional de Televisión.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL DE COLOMBIA – CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN CNA. Lineamientos para la acreditación institucional. Bogotá: Serie documentos CNA No.2, 2006.

MORAGAS SPÁ, Miguel de. Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa: Gustavo Gili, 199.

NETHOL, Ana María y PICCINI, Mabel. Introducción a la pedagogía de la Comunicación. Ciudad de México: Trillas, 1995.

PRIETO CASTILLO, Daniel (2005). Notas sobre la formación del periodista. En: Diálogos de la Comunicación. [En línea]. No. 19 (2005). [Consultado 27 junio. 2018]. Disponible en <<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2011/10/19.pdf>>

ROMERO, Ethna, y otros (2011). La Radio y la Opinión Pública en Boyacá. Luis Ángel Osorio Loaiza, Jaime Pulido, Ethna Romero Garzón, Héctor José Vargas. Ediciones Uniboyacá, Tunja, 2011.

FERNÁNDEZ HERRERO, Beatriz; La Competencia Comunicativa como Base del Desarrollo de la Competencia Social y Ciudadana en el Aula; en Actualidades Investigativas en Educación, Revista Electrónica Vol. 10, No. 2, pp. 1 -24, p. 9, Disponible a través de: http://www.latindex.ucr.ac.cr/aie-2010-10/aie-10-2-2010_16.pdf, visto el 27 de junio de 2018

UNIVERSIDAD DE BOYACÁ. Documento institucional de Competencias Generales. Ediciones Universidad de Boyacá, Tunja, 2013.