



“Formando líderes para la
construcción de un nuevo
país en paz”



PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

- PEP -

COMUNICACIÓN SOCIAL



Universidad de Pamplona - 1 de abril de 2022



“Formando líderes para la
construcción de un nuevo
país en paz”



Rector

Ivaldo Torres Chávez

Vicerrector Académico

Oscar Eduardo Gualdrón Guerrero

Director de Autoevaluación y Acreditación Institucional

Laura Teresa Tuta Ramírez

Decano

Henry José Cáceres Cortés

Comité Curricular del Programa

Dimelsa Johanna Villamizar

Adriana Lucia Vega Guerrero

Astrid Carolina Gómez

Docentes

William Javier Gómez Torres

Eliana Caterine Mojica Acevedo

Edgar Allan Niño Prato

Adriana Lucía Vega Guerrero

Edgar Villamizar Portilla

Rosy Eugenia Reyes Pinilla

Egresados

Yolany Patiño Barbosa



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



INTRODUCCIÓN

El presente documento compila el Proyecto Educativo del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, unidad académico administrativa que desde su nacimiento en el año 2000 se encuentra adscrita a la Facultad de Artes y Humanidades y que además hace parte de la Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación e Información, AFACOM, y de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS.

El PEP permite dar cuenta de la apuesta curricular que en términos epistemológicos, pedagógicos y metodológicos comprometen a la Universidad de Pamplona en la formación profesional de comunicadores sociales, como institución pionera en el departamento de Norte de Santander en ofertar este pregrado.

El Proyecto Educativo del Programa, PEP, da cuenta de los propósitos consolidados y del estado actual de la formación de comunicadores, de los esfuerzos que se han venido realizando para fortalecer diversos aspectos académicos en las funciones misionales de docencia, investigación y extensión social, así como de las consideraciones a tener en cuenta para mejorar permanentemente los procesos y orientar las voluntades hacia la consecución y mantenimiento de la acreditación de calidad.

En este sentido el PEP de Comunicación Social acoge los principios fundamentales establecidos por la Universidad de Pamplona en materia de desarrollo regional, formación integral, formación en el aprendizaje, y con la democracia y la paz, en el entendido que son aspectos que merecen el liderazgo del caso desde una institución de carácter oficial y desde un pregrado que se desarrolla en el área de las Ciencias Sociales y Humanas que propende por un tipo de formación integral.

La finalidad es continuar haciendo viable desde una institución de carácter oficial y de nivel departamental la formación en pregrado de comunicadores sociales con una línea de profundización en Comunicación para el Cambio Social, aspecto que compromete mucho más su accionar dentro de zonas geográficas donde aún resulta considerable el índice de necesidades básicas insatisfechas, a la par de las múltiples oportunidades y posibilidades que se tienen de realizar tareas propositivas dentro del campo de la comunicación.

1. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA

1.1. Reseña histórica

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona fue creado mediante Acuerdo número 0086 del 14 de septiembre de 1999 del Consejo Superior Universitario, que sirvió entonces para elevar la correspondiente solicitud al Ministerio de Educación Nacional que autorizó, surtidos y avalados los trámites de rigor, la oferta del pregrado a partir del primer semestre académico de 2000, convirtiéndose en la primera carrera profesional de este tipo en el departamento de Norte de Santander.

Como antesala a la creación del programa la Universidad de Pamplona suscribió un convenio marco con la Universidad Autónoma de Bucaramanga, UNAB, dado que esta institución privada fue la pionera en el oriente colombiano en materia de formación de pregrado en el área hacia los años 80, además de apoyos



“**Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz**”



que a nivel académico la institución firmó con otros centros de educación superior en el país como la Universidad Nacional.

Por esa misma época, como apoyo al recién creado pregrado, la institución puso al servicio la emisora de interés público Radio Universidad de Pamplona 94.9 F.M., el Centro de Producción de Televisión y el periódico El Tamiz, y se convirtió además en miembro de la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana, ATEI. De igual manera, entraron en funcionamiento diversos laboratorios como apoyo a las prácticas pedagógicas, los cuales se han venido fortaleciendo y ampliando a lo largo de los años como resultado de las innovaciones tecnológicas de rigor.

El programa, adscrito desde ese entonces a la recién creada Facultad de Artes y Humanidades, y dentro del apoyo docente necesario, además de los comunicadores sociales vinculados, contaba con aportes de profesores que prestaban sus servicios a las licenciaturas en Lengua Castellana y Comunicación, Español y Comunicación, y la especialización en la Metodología de la Enseñanza del Español y la Literatura.

El Plan de Estudios inicial del programa empezó a regir durante el primer periodo académico de 2000 y estaba integrado por asignaturas obligatorias, asignaturas electivas, la práctica profesional y el Trabajo de Grado, con una marcada orientación hacia la formación de comunicadores sociales para el desempeño en medios de comunicación.

En una primera reestructuración, en 2002, dicho plan contempló un giro hacia la Comunicación para el Desarrollo, apuesta que fuera ratificada y fortalecida en las modificaciones del plan de estudios en 2006 y en 2013, así como una próxima que está siendo puesta a consideración del ministerio de Educación Nacional, previa aprobación del Consejo Académico de la institución. Lineamientos teóricos, entre otros, de Luís Ramiro Beltrán, Daniel Prieto Castillo, Guillermo Orozco, Rosa María Alfaro, Alfonso Gumucio y Mario Kaplún, han servido como marco de referencia durante esta trayectoria.

Los anteriores aspectos se han dado como resultado de las discusiones curriculares planteadas y dadas al interior de los distintos comités, al igual que teniendo en cuenta los resultados de los diferentes procesos de autoevaluación llevados a cabo y de los cuales han participado estudiantes, docentes, investigadores, egresados, empleadores, administrativos y directivos del pregrado.

La Comunicación para el Desarrollo y, ahora, para el Cambio Social, se ha convertido en sello de formación en la institución en este pregrado, además de permitirle al estudiante de la carrera abordar académicamente y desde dicha perspectiva, aspectos relacionados con el periodismo, la producción en medios, la comunicación organizacional, la comunicación y el medio ambiente, y la comunicación digital, entre otras áreas del plan de estudios.

1.2. Información general

En la tabla 1.1. se presenta información general del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, acorde con lo registrado en el Sistema de Aseguramiento de la Calidad del MEN (SACES).



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Oficina de Autoevaluación y Acreditación Institucional

Tabla 1.1. Información general del programa de Comunicación Social

Nombre del programa	Comunicación Social
Nivel de formación	Pregrado
Norma interna de creación	Acuerdo No 086 de septiembre 14 de 1999
Lugar donde funciona	Pamplona, Norte de Santander
Área de conocimiento	Ciencias sociales
Código SNIES	9440
Registro calificado (7 años)	Resolución No. 00750 del 23 de abril de 2021
Periodicidad en la admisión	Semestral
Jornada	Diurna
Metodología	Presencial
Número total de créditos	158
# mínimos de primer semestre	
# máximo primer semestre	40

Fuente: Programa de Comunicación Social

2. IDENTIDAD DEL PROGRAMA

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona es coherente con los lineamientos establecidos para la creación y funcionamiento de pregrados que en Colombia fija el Ministerio de Educación Nacional, MEN, además de responder a la tradición académica para la respectiva titulación tanto a nivel nacional como internacional.

La misión y visión del pregrado se ajustan plenamente a la filosofía del programa y recogen de buena forma la tarea académica para la formación de profesionales en este campo de conocimiento y dentro de la búsqueda permanente de buscar el mayor impacto en las comunidades a través de la generación de procesos de transformación social.

2.1. Misión y Visión

MISIÓN

Formar comunicadores sociales que coadyuven al mejoramiento de las condiciones y calidad de vida de las comunidades, priorizando la comunicación como derecho humano fundamental.

VISIÓN

El Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, a mediano y largo plazo será referente en la formación de comunicadores sociales, a partir del enfoque del cambio social, para el empoderamiento de las comunidades y el mejoramiento de su calidad de vida.





“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



2.2. Objetivos y proyección del programa

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona reconoce la necesidad de orientar sus procesos formativos dentro de un marco de integralidad, donde la interrelación de diversos aspectos ayude no solamente a la consolidación de los aspectos académicos propios del quehacer, sino a la pretensión de forjar unos entornos donde la participación ciudadana, la deliberación y lo público estén concebidos como elementos prioritarios dentro de las relaciones sociales. Por ello, fija como objetivos:

- Propiciar mecanismos y escenarios que le permitan al estudiante adquirir conocimientos sobre las realidades políticas, económicas, sociales y culturales de la región y del país ubicadas en zona fronteriza con la República Bolivariana de Venezuela.
- Formar profesionales éticos, autónomos, críticos y capaces de impactar su entorno con conocimientos científicos que generen desarrollo en el campo de las ciencias sociales y que lideren procesos para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.
- Crear escenarios que faciliten la interacción del estudiante con los sectores sociales, investigativos y de extensión que contribuyan a su formación integral.
- Diseñar currículos flexibles e innovadores para contribuir a la formación efectiva acorde con la tendencia y necesidades del sector, siempre desde la perspectiva de frontera, pues Pamplona y Cúcuta son zonas fronterizas con Venezuela.
- Estimular en el estudiante su capacidad creativa para que pueda ser agente innovador de los procesos sociales que la región y el país reclaman.

2.3. Perfil del estudiante y del egresado

En términos generales se busca propender por una formación integral de los estudiantes para que su desarrollo profesional sea pertinente y acorde con los procesos de idoneidad y transformación que la sociedad reclama, teniendo como base principios éticos, elementos de criticidad y acciones de transformación necesarias en las relaciones entre individuos y colectivos.

Perfil del estudiante

El aspirante y posterior estudiante de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona debe poseer, entre otras características, un alto grado de compromiso con lo público y con el bien común, así como una visión crítica de la realidad que irá consolidando durante su etapa formativa en el pregrado. Debe manifestar el interés de potenciar las diversas competencias comunicativas, en especial las relacionadas con el saber escuchar, saber leer, saber hablar y argumentar, y la relacionada con la comprensión de diversos textos.

De la misma forma, hace parte del perfil del candidato a ser estudiante de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el asumirse como sujeto político con plenos derechos en procesos de participación ciudadana, además de tener conciencia de la importancia del trabajo en equipo.



“**Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz**”



Perfiles del egresado

Se identifican los dos siguientes perfiles:

Perfil Profesional

El Comunicador Social formado en la Universidad de Pamplona está en condiciones de:

- Propiciar el diálogo argumentado entre diferentes actores y sectores sociales a partir de la definición de agendas públicas que propendan por el mejoramiento de las condiciones y calidad de vida de las comunidades.
- Diseñar, implementar y evaluar estrategias de comunicación en diferentes escenarios, ambientes y plataformas tecnológicas, promoviendo desde ellos la producción de mensajes y la respectiva circulación y retroalimentación de sentidos.
- Generar procesos de comunicación que apoyen y estimulen el desarrollo integral de la persona y de los diversos grupos sociales a los cuales ella pertenece.
- Promover de manera ética, creativa y crítica la formación de opinión pública desde áreas como el desarrollo y cambio social, el medio ambiente, lo organizacional, la salud, la educación y el periodismo, de manera principal.
- Conocer desde la perspectiva de la Comunicación social, de manera integral y holística, las problemáticas actuales del hombre y su particularidad en los ámbitos local, regional, nacional e internacional.
- Liderar y coadyuvar en procesos de gestión no violenta de conflictos a partir del reconocimiento de las múltiples condiciones que éstos puedan tener, y de las motivaciones posturas e intereses de los actores, dentro del propósito de ser constructores de una cultura de paz.
- Crear, fortalecer y redireccionar espacios y medios de comunicación acordes con las condiciones sociales, culturales y políticas de las comunidades, posibilitando la construcción y apropiación social del conocimiento y el intercambio simbólico de saberes.
- Investigador de la comunicación en diferentes escenarios, con especial énfasis los territorios fronterizos con la República Bolivariana de Venezuela.

Perfil Ocupacional

- Estratega de proyectos comunicacionales para el desarrollo y cambio social en organizaciones comunitarias, públicas y privadas.
- Investigador en comunicación de temáticas nacionales, regionales y de frontera.



“**Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz**”



- Periodista.
- Gestor de procesos culturales desde la comunicación.
- Productor de medios de comunicación.
- Diseñador de contenidos para medios audiovisuales.
- Generador de estrategias comunicativas para los procesos en las organizaciones.

3. PENSAMIENTO PEDAGÓGICO DEL PROGRAMA

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona centra su tarea en la formación de profesionales que sean gestores y coadyuven en procesos de cambio social a partir de potenciar el diálogo intercultural y los compromisos con la paz, la democracia y el desarrollo de las comunidades. En tal sentido refuerza lo que la universidad manifiesta en su Proyecto Educativo Institucional sobre la tarea fundamental de “Formar ciudadanos en libertad, capaces de construir y defender responsablemente sus derechos y oportunidades, y los de los demás, y capaces de proceder participativamente en los diferentes escenarios sociales”.

La estructura curricular y pedagógica de la carrera está centrada en la formación integral, aspecto que permite el diseño de estrategias orientadas hacia el desarrollo de competencias básicas que requieren habilidades intelectuales específicas como: interpretar, argumentar y proponer, entre otras, las cuales resultan de la mayor pertinencia, las cuales potencian los resultados de aprendizaje en los estudiantes.

Además, y en consonancia con los mismos postulados de la Unesco, se propicia el desarrollo de competencias básicas para ciencia y tecnología, como: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser, para que finalmente se cristalicen en competencias ocupacionales que incluyan la capacidad de plantear y resolver problemas, la habilidad de adaptarse a demandas variables de circunstancias, de trabajar eficazmente y anticiparse al futuro.

Cabe decir que se busca coadyuvar, en términos generales, en la educación de futuros profesionales para un tipo de sociedad posible y deseable, que asegure los mayores niveles de convivencia armónica, teniendo en cuenta la integralidad que se persigue del ser humano a partir de la realización de sus diferentes dimensiones, atravesadas por lo biológico y lo simbólico (animal-cultural).

Igualmente se propone una formación basada en valores, liderazgo, contextualización de la realidad, autonomía y asertividad que le permitan al estudiante orientar procesos de mediación participativa con las distintas comunidades en las que labore y a la luz de la ética, la responsabilidad social y la salvaguarda de la libertad de expresión como derecho inalienable.

Por ello, y siendo consonante con lo descrito, el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona ofrece un currículo flexible, abierto y actualizado que forma y orienta al profesional mediante varias estrategias:



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



- Un currículo centrado en los alumnos y en sus estilos de aprendizaje, en el desarrollo de sus potencialidades y en la autoformación por medio de actividades que fomenten su capacidad de aprender a conocer.
- Facilitar el desarrollo de las competencias comunicativas, argumentativas, socio-afectivas e interpretativas, que le permitan al comunicador la formación de criterios propios para apoyar la toma de decisiones con la comunidad.
- Una metodología de enseñanza orientada por equipos docentes interdisciplinarios, investigativos y con proyección social a la comunidad inscrita en su radio de acción.
- La realización de proyectos en conjunto con otros campos del saber tales como la Imagen, la Educación, lo ambiental, lo cultural y la salud, dentro de una línea de profundización en Comunicación para el Cambio Social.
- Un compromiso con las comunidades locales, sabiendo de antemano que el programa se ubica geográficamente en la zona andina, estribaciones del páramo de Santurbán, en el cual la dinámica de la minería confrontada con lo ambiental genera una inmensa movilidad social, por ejemplo.
- Una organización de contenidos por cursos que genera múltiples posibilidades de constituir núcleos problemáticos entre ellos, facilitando así la articulación interdisciplinaria de los conocimientos académicos con los saberes sociales y las prácticas profesionales e investigativas propias del hacer de los estudiantes en la región.

Es claro que se busca capacitar y formar a un Comunicador Social que como profesional esté comprometido con su comunidad, con el uso de lenguajes y medios en la generación de discursos que propendan por el mejoramiento de las condiciones y la calidad de vida de sus conciudadanos, tomando como criterios válidos la teoría y aportes conceptuales existentes a nivel de la Comunicación para el Cambio Social.

En fin, la apuesta pedagógica del programa se orienta a la formación de un profesional que genere diversos espacios comunicativos mediante distintas formas de expresión, ya sean impresas, audiovisuales, gráficas, icónicas, multimediales o multiformato; que promuevan la participación, la interlocución y la acción social con y entre los diversos actores y sectores comprometidos en el desarrollo de la región nororiental y de otras zonas de la geografía nacional y fronteriza.

Lo relacionado con el lenguaje y la visión socio-humanística que permita el desarrollo de un pensamiento ligado a las construcciones discursivas del ser humano y sus posibilidades de proponer y ejecutar proyectos colectivos, entendiendo este como el aumento de la calidad de vida de cada uno de los sujetos a través desde sus propias posibilidades, sin perder la perspectiva del bien común, hace parte de los propósitos académicos de este pregrado.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



La lectura de hechos sociales y la integración de los componentes investigativo y práctico van perfilando a ese Comunicador Social como un intérprete basado en la metodología y las teorías de las ciencias sociales, para orientar las iniciativas, movilizaciones y acciones de los miembros de una sociedad, generando alternativas de solución a problemáticas existentes.

El desarrollo tecnológico no es ajeno en el diseño teórico y metodológico del programa de Comunicación Social puesto que las nuevas tecnologías de comunicación e información juegan papel determinante en la realización de la persona como ser político, económico y social, puesto que todas las acciones del ser humano en sociedad parten de la utilización del lenguaje como elemento facilitador de nuevos escenarios de encuentro y discusión de distintas problemáticas.

El comunicador está imbricado en temas como el medio ambiente, la salud, la cultura, la formación de opinión pública, la construcción de ciudadanía, la elaboración e interpretación de mensajes, la generación de espacios de diálogo y la modelación del nivel cultural, en lo que se llamaría la gran línea visible del desarrollo.

El pensamiento pedagógico del programa se ve concretado en el plan de estudios a través de cursos que integran cuatro componentes, según los lineamientos institucionales sobre el particular:



Componente de Formación Básica: Contribuye a la formación de valores conocimientos, métodos y principios de acción básicos, de acuerdo con el arte de la disciplina, profesión, ocupación u oficios.

Componente de Formación Profesional: Promueve la interrelación de las distintas disciplinas para su incorporación a los campos de acción o de aplicación propios de la profesión.

Componente de Profundización: permite aplicar la cultura, los saberes y los haceres propios de la profesión, con la incorporación de referentes y enfoques provenientes de otras disciplinas o profesiones para una mayor aprobación de los requerimientos y tendencia de los campos ocupacionales en el marco de la internacionalización de la educación.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Componente Social y Humanístico: Orientado a contribuir con la formación integral evidenciando la relación entre la formación profesional con los órdenes de lo social, lo político, lo cultural, lo ético y lo ambiental.

La interrelación de los componentes resulta fundamental dentro del propósito de formación integral del estudiante.

De lo anterior, se desprende la formulación y desarrollo de competencias durante el proceso formativo:

Competencia Comunicativa:

Entendida como el uso del lenguaje en los diferentes escenarios sociales que lo rodean como un elemento que posibilita el desarrollo social e histórico, esto implica que el estudiante deberá estar en capacidad de producir, relacionar, interpretar y criticar textos mediatizados y no mediatizados en distintos formatos.

Posee competencia comunicativa quien:

- Maneja apropiadamente los mecanismos que garantizan coherencia y cohesión a los enunciados y a los textos.
- Usa apropiadamente las estructuras (argumentativa, enunciativa, narrativa, descriptiva, propositiva), géneros y formatos aplicables a los distintos medios masivos y no masivos.
- Conoce y emplea los significados y el léxico de manera pertinente, según las exigencias del contexto de comunicación.
- Puede poner en juego, en los actos de significación y comunicación, los saberes con los que cuentan los sujetos.

Competencia Cognitiva:

Entendida como “un saber hacer operatorio, denominado saber modal, y como un saber hacer sobre el ser y el hacer o, si se prefiere, como un saber sobre los procesos del mundo” (Serrano, 2002).

Posee competencia cognitiva quien puede:

- Analizar e interpretar críticamente el entorno.
- Comprender los enfoques y procesos metodológicos
- Comprender los procesos epistemológicos
- Comprender, aplicar y confrontar teorías y conceptos.
- Argumentar apropiadamente sus ideas y propuestas.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



- Aplicar procedimientos adecuados al contexto comunicativo al que se enfrente.
- Transferir las experiencias adquiridas a otros problemas de trabajo.

Competencia Socio-Afectiva:

La competencia socio-afectiva se refiere a la capacidad del individuo de reconocerse a sí mismo y a partir de allí, relacionarse con el otro y con su entorno. Esta competencia según Maldonado (2002) “está regulada por la autonomía, la creatividad, la responsabilidad, la capacidad racional y el espíritu gregario”.

Posee competencia socio-afectiva quien:

- Interactúa socialmente con niveles de empatía.
- Trabaja en equipos multi, inter y transdisciplinarios.
- Responde sensible y solidariamente a las demandas de intervención en las comunidades y organizaciones.
- Es proactivo y propositivo.
- Genera procesos de adaptabilidad y/o transformación

Competencia Valorativa:

Se refiere a la capacidad de analizar, interpretar y emitir juicios de valor. Dicha competencia se construye a partir de las dimensiones ética, estética y política.

Posee competencia valorativa quien:

- Prevé las consecuencias de sus decisiones.
- Asume la responsabilidad de sus actos.
- Asume los derechos humanos como parte de su quehacer.
- Asume la pluralidad y la multiculturalidad como un valor social.
- Tiene perspectiva histórica para contextualizar los procesos de cambio.
- Contribuye a la resolución de conflictos.
- Expresa su subjetividad a partir de sus percepciones.
- Conservación del medio ambiente



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Oficina de Autoevaluación y Acreditación Institucional

4. ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN CURRICULAR

La Universidad de Pamplona tiene definido mediante normativa la estructura curricular de los programas que oferta la institución. Los principios rectores recaen sobre los siguientes aspectos, los cuales reconoce y adopta el pregrado de Comunicación Social:



Flexibilidad Curricular: Característica que posibilita al currículo mantenerse actualizado, permite y optimiza el tránsito del estudiante por la institución y por el programa. De esta manera además de contribuir a la formación integral de los estudiantes, posibilita adaptarse a los cambios en el respectivo campo del conocimiento, a las necesidades y vocaciones individuales; facilita la actualización permanente de los contenidos, estrategias pedagógicas y la aproximación a nuevas orientaciones en los temas del programa.

Pertinencia Social: Característica del currículo que garantiza su relación con los problemas del contexto social. Se trata de generar situaciones que le permitan al educando adquirir una visión crítica sobre la realidad en la que está inmerso y una actitud orientada a la apropiación de los problemas del medio y al compromiso responsable de su solución. Entendido así el concepto, se puede evidenciar ésta como la relación existente entre el currículo y los fines del sistema educativo; las necesidades del medio; el desarrollo social y el desarrollo individual.

Pertinencia Científica: El currículo responde a las tendencias, al estado del arte de la disciplina y a los desarrollos de frontera del respectivo campo de conocimiento.

Interdisciplinariedad: El currículo reconoce y promueve el conocimiento interdisciplinario, entendido como aquel que sobrepasa el pensamiento disciplinado y estimula la interacción con estudiantes de distintos programas y con profesionales de otras áreas del conocimiento.

Internacionalización: El currículo toma como referencia para la organización de su plan de estudios, las tendencias del arte de la disciplina o profesión y los indicadores de calidad reconocidos por la comunidad académica internacional.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Oficina de Autoevaluación y Acreditación Institucional

Integralidad: El currículo contribuye a la formación en valores, conocimientos, métodos y principios de acción básicos, de acuerdo con el estado del arte de la disciplina, profesión, ocupación u oficio, atendiendo al desarrollo intelectual, físico, psicoafectivo, ético y estético de los estudiantes en coherencia con la misión institucional y los objetivos del programa.

Enfoque Investigativo: El currículo promueve la capacidad de indagación y búsqueda de la información y la formación del espíritu investigativo, que favorezca en el estudiante una aproximación crítica y permanente al estado del arte en el área del conocimiento del programa y a potenciar un pensamiento autónomo que le permita la formulación de problemas y de alternativas de solución.

De la misma forma, la organización curricular establece unos espacios de reflexión y práctica curricular obligatoria en los componentes básico y profesional a saber: Cátedra Faría, Habilidades comunicativas, Formación ciudadana y cultura de paz, Educación ambiental, Formación en segunda lengua, Informática básica, Ética, y Actividad deportiva, recreativa y cultural.

De otro lado, el pregrado ha contado con reestructuraciones al Plan de Estudios, desde aquél inicial del año 2000, a una primera en 2002, una segunda en 2006, una tercera en 2013 que luego fuera objeto de ajustes de forma en 2015, y en la actualidad se tiene proyectado un nuevo Plan de estudios aprobado por el Consejo Académico y que está en la fase de presentación al ministerio de Educación Nacional para su posterior entrada en vigencia.

En todas las reestructuraciones ha estado clara la línea de profundización del programa en términos de Comunicación para el Desarrollo, reformulándose ahora al enfoque de Comunicación para el Cambio Social donde lo político, alternativo y participativo terminan siendo potenciados.





“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Oficina de Autoevaluación y Acreditación Institucional

Los requisitos académicos del Plan de Estudios vigente exigen del estudiante la aprobación de 158 créditos durante 10 periodos o semestres.

ÁREA DE FORMACIÓN	CRÉDITOS	PORCENTAJE
Componente Básico (CFB)	14	10%
Componente Profesional (CFP)	52	30%
Componente Profundización (CFPR)	61	40.0%
Componente Socio humanístico (CFSH)	31	20%
TOTAL	158	100%

Por semestres la distribución se da de la siguiente manera:

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE

Código	Asignatura	Componente	Créd.
164001	ANTROPOLOGÍA	CFSH	2
162008	TEORÍA LINGÜÍSTICA	CFSH	3
152254	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I	CFP	2
162003	HABILIDADES COMUNICATIVAS	CFB	2
152220	TALLER DE LECTO ESCRITURA	CFB	2
152221	EXPRESIÓN ORAL Y CORPORAL	CFB	2
153002	CATEDRA FARIA	CFB	2
TOTALES			15

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Asignatura	Componente	Créd.
162007	SEMIÓTICA	CFSH	3
152255	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II	CFP	2
152222	EXPRESIÓN VISUAL	CFB	2
152223	REDACCIÓN PERIODÍSTICA I	CFP	2
152224	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	CFSH	2
164004	EDUCACIÓN AMBIENTAL	CFB	2
152225	DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN DE TEXTOS	CFP	2
TOTALES			15

TERCER SEMESTRE

Código	Asignatura	Componente	Créd.
152226	SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	CFSH	2
152005	NARRATIVA UNIVERSAL	CFSH	2
164236	HISTORIA POLÍTICA DE COLOMBIA	CFSH	2
152206	COMUNICACIÓN Y MEDIO AMBIENTE	CFPRO	2
152217	REDACCIÓN PERIODÍSTICA II	CFP	2
157010	ESTADÍSTICA APLICADA A LAS CIENCIAS SOCIALES	CFB	2
152007	FOTOGRAFÍA I	CFP	2
152227	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN III	CFB	2
TOTALES			16

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!





“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Oficina de Autoevaluación y Acreditación Institucional

PLAN DE ESTUDIOS

CUARTO SEMESTRE

Código	Nombre de la Asignatura	Componente	CD
161002	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	CFSH	2
152228	EDICIÓN EN MEDIOS DIGITALES	CFP	2
152229	TALLER DE RADIO I	CFP	2
153003	FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN	CFSH	3
152230	TALLER DE PRENSA I	CFP	2
152231	FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	CFPRO	3
152209	FOTOGRAFÍA II	CFP	2
TOTALES			16

QUINTO SEMESTRE

Código	Nombre de la Asignatura	Componente	CD
152202	COMUNICACIÓN DIGITAL	CFP	2
152232	TALLER DE PRENSA II	CFP	2
152233	TALLER DE RADIO II	CFP	2
152234	TALLER DE LENGUAJE AUDIOVISUAL	CFP	2
152235	INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	CFPRO	4
152236	ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN I	CFPRO	2
TOTALES			16

SEXTO SEMESTRE

Código	Nombre de la Asignatura	Componente	CD
152203	COMUNICACIÓN Y CULTURA	CFP	3
152237	TALLER DE TELEVISIÓN I	CFP	2
152001	COMUNICACIÓN CORPORATIVA I	CFB	2
152238	COMUNICACIÓN PÚBLICA Y POLÍTICA	CFPRO	3
152003	COMUNICACIÓN Y DESARROLLO I	CFPRO	2
152257	PERIODISMO ELECTRÓNICO	CFPRO	2
152239	ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN II	CFPRO	2
TOTALES			16

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!

PLAN DE ESTUDIOS

SÉPTIMO SEMESTRE

Código	Nombre de la Asignatura	Componente	CD
152002	COMUNICACIÓN CORPORATIVA II	CFP	2
152240	COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN I	CFRO	2
152241	TALLER DE TELEVISIÓN II	CFP	2
150001	ELECTIVA SOCIO HUMANÍSTICA I	CFSH	2
152243	COMUNICACIÓN Y DESARROLLO II	CFPRO	
152008	MEDIOS Y SOCIEDAD	CFP	4
152242	DISEÑO Y GESTIÓN EN PROYECTOS DE COMUNICACIÓN	CFP	2
TOTALES			16

OCTAVO SEMESTRE

Código	Nombre de la Asignatura	Componente	CD
152245	GERENCIA DE EMPRESAS EN COMUNICACIÓN	CFP	2
152204	COMUNICACIÓN Y DESARROLLO II	CFPRO	2
150002	ELECTIVA SOCIO HUMANÍSTICA II	CFSH	2
152247	TRABAJO DE GRADO I	CFPRO	2
152207	COMUNICACIÓN PARA LA SALUD	CFPRO	4
152258	ELECTIVA PROFESIONAL	CFP	2
152246	COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN II	CFPRO	2
TOTALES			16

NOVENO SEMESTRE

Código	Nombre de la Asignatura	Componente	CD
152248	LEGISLACIÓN PARA MEDIOS	CFSH	3
164010	ÉTICA	CFP	3
152249	TRABAJO DE GRADO II	CFP	3
152250	TRABAJO DE CAMPO UNIVERSITARIO	CFPRO	2
152256	ELECTIVA DE PROFUNDIZACIÓN	CFPRO	2
152259	PUBLICIDAD	CFPRO	3
TOTALES			0

DÉCIMO SEMESTRE

Código	Nombre de la Asignatura	Componente	CD
152213	PRACTICA PROFESIONAL	CFPRO	16
TOTALES			16

ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL
Avanzamos... ¡Es nuestro objetivo!

Lo anterior tiene como uno de sus ejes transversales el aspecto investigativo que se lidera desde los grupos de investigación Observa (categoría B, Colciencias) y Código CSP y los semilleros Ibaramí, Casa Barí, Tribus y Señales, además de las tareas propias de estudiantes y docentes en materia de interacción o proyección social desde las prácticas que se tienen definidas en la carrera.

En resumen:



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Oficina de Autoevaluación y Acreditación Institucional

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	
Antropología 2 164001 - T 2	Psicología de la Comunicación 2 152224 - TP 4	Sociología de la Comunicación 2 152226 - T 2	Introducción a la Economía 2 161902 - T 2	Comunicación Digital 2 152226 - TP 4	Periodismo Electrónico 2 152257 - P 6	Electiva Sociohumanística I 2 150001 - T 2	Electiva Sociohumanística II 2 150002 - T 2	Legislación para Medios 3 152248 - T 3	P R Á C T I C A P R O F E S I O N A L	
Teoría Lingüística 3 162008 - T 3	Semiótica 3 162007 - T 3	Narrativa Universal 2 162005 - T 2	Taller de Prensa I 2 152230 - TP 4	Taller de Prensa II 2 152232 - TP 6	Comunicación Corporativa I 2 152001 - TP 4	Comunicación Corporativa II 2 152002 - TP 6	Gerencia de Empresas en Comunicación 2 152245 - TP 4	Ética 3 164010 - T 3		
Habilidades Comunicativas 2 162003 - T 2	Redacción Periodística I 2 152223 - TP 4	Redacción Periodística II 2 152217 - P 6	Edición en Medios Digitales 2 152228 - TP 4	Estrategias de la Comunicación I 2 152236 - TP 4	Estrategias de la Comunicación II 4 152239 - P 6	Medios y Sociedad 4 152008 - T 4	Comunicación y Educación II 2 152246 - P 6	Trabajo de Campo Universitario 2 152226 - P 6		
Taller de Lectoescritura 2 152220 - TP 4	Diseño y Diagramación de Textos 2 152225 - TP 4	Fotografía I 2 152007 - TP 4	Fotografía II 2 152209 - P 6	Investigación en Comunicación 4 152235 - T 4	Comunicación Política y Pública 3 152238 - T 3	Comunicación y Educación I 2 152240 - TP 4	Comunicación y Desarrollo III 2 152204 - P 6	Publicidad 3 152259 - T 3		
Expresión oral y corporal 2 152221 - TP 4	Expresión Visual 2 152222 - TP 4	Estadística aplicada a las Ciencias Sociales 2 157010 - T 4	Filosofía de la Comunicación 3 153003 - T 3	Taller de Lenguaje Audiovisual 2 152234 - P 6	Taller de Televisión I 2 152237 - TP 4	Taller de Televisión II 2 152241 - P 6	Electiva Profesional 2 152256 - TP 4	Electiva de profundización 2 152258 - TP 4		
Cátedra Faria 2 153002 - T 2	Educación Ambiental 2 164004 - T 2	Historia política de Colombia 2 164236 - T 2	Fundamentos de Investigación en Comunicación 3 152231 - T 3	Apreciación Cinematográfica 2 152201 - TP 4	Comunicación y Desarrollo I 2 152003 - T 4	Comunicación y Desarrollo II 2 152243 - TP 4	Comunicación para la Salud 4 152207 - T 4	Trabajo de Grado II 3 152213 - P 48		
Teoría de la Comunicación I 2 152254 - T 2	Teoría de la Comunicación II 2 152255 - T 2	Teoría de la Comunicación III 2 152227 - T 2	Taller de Radio I 2 152229 - TP 4	Taller de Radio II 2 152233 - P 6	Comunicación y cultura 3 152203 - T 3	Diseño y gestión de proyectos en Comunicación 2 152243 - TP 4	Trabajo de Grado I 2 152246 - TP 4			
15 Créditos	15 Créditos	16 Créditos	16 Créditos	16 Créditos	16 Créditos	16 Créditos	16 Créditos	16 Créditos		

4.1 Resultados de aprendizaje

Como parte de la permanente deliberación al interior del pregrado se han definido, acorde a las políticas y parámetros del ministerio de Educación Nacional, los correspondientes Resultados de aprendizaje donde el modelo educativo se centra en el estudiante a partir de evidencias sobre aquello que éste debe saber hacer como consecuencia o resultado del proceso formativo recibido.

Es así como Comunicación Social de la Universidad de Pamplona ha formulado los siguientes Resultados de aprendizaje de los cuales deberá dar cuenta el estudiante por medio los desempeños que alcance en cada uno de los cursos del Plan de Estudios, según corresponda, y a través de aspectos concretos evaluables:

- ✓ Diseñar propuestas y estrategias comunicativas para el cambio social que propendan por el desarrollo.
- ✓ Crear contenidos para medios de comunicación y organizaciones en diferentes contextos.
- ✓ Investigar sobre temas de comunicación y afines que den conocimiento de la realidad de diversos grupos sociales.
- ✓ Implementar el uso de los medios de comunicación desde las TIC que aporten a la transformación social.



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



- ✓ Contribuir en la solución de diversas problemáticas a partir de la gestión como mediadores.
- ✓ Coliderar procesos culturales desde la comunicación y su relación con la educación, salud, medio ambiente, política y ciudadanía.
- ✓ Intercambiar conocimientos con diferentes actores desde la investigación en comunicación.
- ✓ Planificar propuestas y estrategias corporativas en diferentes contextos.

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y RECURSOS DEL PROGRAMA

El programa de Comunicación Social está adscrito al departamento de Comunicación que, a su vez, hace parte de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Pamplona. A nivel general, la estructura orgánica administrativa de la facultad de Artes y Humanidades es la siguiente:

5.1 Estructura administrativa y académica de la Facultad de Artes y Humanidades





“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”



Oficina de Autoevaluación y Acreditación Institucional

5.2. Estructura administrativa y académica de Comunicación Social

En la parte del departamento y del programa de Comunicación Social se evidencia la siguiente estructura:



Además, el pregrado cuenta con el Comité Curricular de Programa conformado por los docentes del departamento y representantes de los estudiantes y egresados, el cual se reúne de forma regular para tratar asuntos relacionados con el desarrollo académico del pregrado, su impacto, planes de mejoramiento y propuestas de cambios curriculares teniendo, en cuenta la dinámica de transformación de la ciencia, la tecnología y la Comunicación Social.

En el Programa también operan otros comités como: Trabajo de Grado, Autoevaluación y acreditación, y Prácticas profesionales, a través de los cuales se posibilita un mayor y mejor seguimiento a los distintos procesos académicos y a los procedimientos establecidos para ello.

5.3. Perfil docente (Talento humano)

El talento humano a nivel profesoral en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona implica la presencia de académicos en el área y afines, con formación posgradual, experiencia profesional, investigativa y laboral en las áreas de desempeño. El departamento de Comunicación cuenta con siete profesores de carrera y, además, para apoyar las actividades de docencia vincula también a profesores tiempo completo ocasional y de hora cátedra.



“**Formando líderes** para la **construcción** de un nuevo **país en paz**”



Las competencias en tal sentido establecidas desde el mismo programa para sus docentes implican, en términos generales, la necesidad de contar con personas donde se resalten aspectos como:

- ✓ Ética
- ✓ Emprendimiento
- ✓ Creatividad e innovación
- ✓ Pedagogía
- ✓ Capacidad crítica y de auto crítica
- ✓ Habilidades comunicativas
- ✓ Trabajo en equipo y de forma autónoma
- ✓ Actitud propositiva
- ✓ Tic
- ✓ Actualización constante

De igual forma, para aspectos de vinculación se propende por el cumplimiento de requisitos como:

- ✓ Formación: Comunicador (a) Social, con estudios o título de maestría o doctorado en las áreas de formación del programa.
- ✓ Experiencia laboral o profesional (mínimo 3 años) en las áreas de formación del programa.
- ✓ Experiencia docencia universitaria: Experiencia certificada como docente universitario de mínimo 3 años
- ✓ Preferiblemente investigación certificada y/o propuesta de investigación en las áreas de formación del programa
- ✓ Actualización en las áreas de formación del programa certificada: educación continuada.

Al ser la Universidad de Pamplona una institución de educación superior que se rige por la Ley 30 de 1992 y por sus decretos reglamentarios, por las normas nacionales y departamentales que le son pertinentes, por el Estatuto General y por los reglamentos y disposiciones que emanen del Consejo Superior Universitario, la vinculación del personal docente de tiempo completo, tiempo parcial y de hora cátedra se encuentra debidamente normado.

5.4. Recursos físicos

En materia de recursos físicos la Universidad de Pamplona dispone de espacios generales a nivel de infraestructura relacionada con salones, laboratorios, aulas multimedia, auditorios, sitios de recreación, sin que se tenga asignado un edificio o bloque único para el desarrollo de las distintas actividades de la carrera de Comunicación Social, sino que estudiantes, profesores e investigadores disponen de todos los campus para el desarrollo de sus prácticas pedagógicas.

Es así como los estudiantes del programa asisten a sus encuentros académicos en distintos lugares de la institución en Pamplona y Cúcuta, básicamente en la Casa Central –La Casona- en pleno centro histórico



“**Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz**”



de la ciudad y donde se ubican las oficinas del pregrado y algunos salones, pero también atienden sus actividades en otros espacios como el campus principal en el barrio El Buque, donde se encuentran los laboratorios de televisión, radio y fotografía; en las instalaciones de la sede Virgen del Rosario y en el campus Club del Comercio, todas ellas separadas por distancias cortas.

En la capital de Norte de Santander dispone de un edificio sobre la avenida Guaimaral (contiguo al hospital Erasmo Meoz y en el mismo sector de la Facultad de Salud de la Unipamplona).

La sala multipropósito a donde asisten los estudiantes a fortalecer sus procesos de comunicación, los laboratorios de radio y televisión, las emisoras Radio Universidad de Pamplona 94.9 F.M., Radio San José de Cúcuta (1.160 A.M.) y el Centro de registro y tratamiento de la imagen (laboratorio de fotografía), son los de mayor uso por ser de manejo directo del pregrado de Comunicación Social, además de potenciar los componentes de formación profesional y de profundización.

También el Centro de Recursos Bibliográficos José Rafael Faría está a plena disposición del estudiantado y profesorado, al disponerse allí de algo más de 52 mil títulos, 40 mil volúmenes, cerca de 15 mil revistas impresas y 61 bases de datos.

5.5. Mejoramiento continuo

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona en su aspecto académico recibe de manera permanente el apoyo y acompañamiento de la alta dirección de la institución, representando en dependencias como las vicerrectorías Académica, de Investigaciones, y Administrativa y Financiera, además de oficinas como Interacción Social, y de Autoevaluación y acreditación institucional.

Esto le permite al pregrado, desde sus diferentes comités, empezando por el Curricular de Programa, disponer de suficientes e idóneos interlocutores para las discusiones, ajustes y aprobación de propuestas que, de ser necesarias, son llevadas a instancias como el Consejo de Facultad de Artes y Humanidades, el Consejo Académico o el mismo Consejo Superior Universitario.

La política de comprometer al programa en un constante proceso de autoevaluación, más allá de buscar cumplir con los requisitos exigidos para la renovación del registro calificado o la obtención de la Acreditación de Calidad, así como para las reestructuraciones del Plan de Estudios y la actualización de contenidos programáticos, tiene la intención de fomentar precisamente la evaluación permanente como cultura en la carrera, haciendo seguimientos pertinentes y oportunos a los propósitos trazados y proyectando los planes y acciones de mejoramiento que se consideren necesarios.

Lo anterior, teniendo también en cuenta las tendencias nacionales e internacionales en materia de formación de comunicadores sociales y, sobre todo, la forma en que se pueden generar impactos en aspectos académicos y de convivencia entre quienes integran distintas comunidades.



“**Formando líderes** para la **construcción** de un nuevo **país en paz**”



Finalmente, los retos y responsabilidades de la carrera de Comunicación Social en la Universidad de Pamplona propenden por mantener a sus diferentes actores, internos y externos, comprometidos con la formación de profesionales íntegros, idóneos y que prioricen la comunicación como derecho humano fundamental para buscar, desde allí, las transformaciones que los ciudadanos reclaman.

