

## ÁREA ACADÉMICA DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZACIÓN SUPERIOR EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**Coordinador académica:** José Laso

### Versión resumida

Aprobación CES: 24 de junio de 2015  
Resolución CES No. [RPC-SO-24-No. 294-2015](#)

### DATOS GENERALES DEL PROGRAMA

Tipo de programa	Especialización Superior
Campo de conocimiento	Amplio: Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho Específico: Periodismo e información Detallado: Periodismo y comunicación
Programa	Especialización Superior en Comunicación Social
Título que otorga	Especialista Superior en Comunicación Social
Código del programa	730321C01
Aprobación por el Comité de Coordinación Académica UASB	Fecha de aprobación: 4 de agosto de 2014 Número de resolución: CCA-R1-VIII-02-2014
Modalidad de estudios	Presencial
Duración	5 trimestres
Número de horas	1050
Régimen académico	De acuerdo con las “Normas de funcionamiento de los programas de posgrado” de la UASB, el estudiante debe acreditar un total de 48 créditos: 32 créditos de docencia y 16 créditos complementarios.

### DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

#### Objetivo general

Formar especialistas en comunicación social que intervengan con solvencia profesional en la gestión de la información y de la comunicación, de forma tal que impulsen el desarrollo y calidad de los entornos informativos y comunicacionales relativos a la documentación y manejo de fuentes, a las tecnologías y redes sociales, a la construcción discursiva de los mensajes mediáticos, y a la planificación de la comunicación, en el contexto del fomento de sociedades inclusivas que superen las inequidades y discriminaciones por motivos étnico/raciales, de género, etarios y de clase social.

Esta formación problematiza la comunicación mediática y su relación productiva con la noción de “avance” en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación; revisando para ello las disputas de sentido tanto en el plano político como en los usos más privados en donde la gestión de las tecnologías vehicula desde contingencias inmediatas hasta líneas de intervención comunicacionales y periodísticas de más largo alcance. Todo esto sin descuidar la formación en la gestión del espacio público en contextos virtuales.

La mencionada formación apuesta por desarrollar la noción de interculturalidad en su relación con los distintos procesos comunicacionales presentes en las distintas culturas existentes en nuestras



sociedades. Además, la formación académica planteada abre el concepto de interculturalidad para ubicar en el mismo a las relaciones étnico/raciales, de género, las etarias y las de clase desde una perspectiva crítica que dé cuenta de los límites críticos de la organización jerarquizada y clasista de la sociedad en el contexto del manejo de los medios de comunicación.

La formación propuesta en este programa, pretende actualizar en los estudiantes los avances que ha tenido lo que otrora se denominó comunicación organizacional y hoy acertadamente se califica como comunicación estratégica. Este énfasis está dado en gran medida como respuesta al avance de la empresa privada, y al de la actual consolidación del Estado, que requieren de unas experticias en el manejo de los procesos organizacionales para los cuales la comunicación estratégica es de vital importancia en el sentido de reconocer en ella la urgencia de destrezas profesionales que permitan niveles de eficiencia y éxito en campañas de interés público, y en posicionar de manera ética procesos y productos comunicacionales.

Finalmente, la formación que proponemos se ocupa también de revisar analíticamente la materialidad misma de los mensajes que circulan en los contextos de los medios de comunicación, para revisar en dicha materialidad los procesos de significación tanto en la comunicación mediática como en las redes sociales en donde la comunicación es fundamental. Para estos fines será de utilidad el desarrollo en el programa de la noción de usos sociales, culturales e ideológicos de los medios y de los procesos de significación.

### **Perfil de ingreso del estudiante**

El programa de Especialización Superior en Comunicación Social requiere de estudiantes con familiaridad en la lectura académica, además de una actitud crítica hacia los entornos informáticos y comunicacionales. El programa además requiere que los estudiantes tengan experticias mínimas referidas al manejo de tecnologías digitales de información; redes sociales de comunicación; y usos de fuentes y datos.

El Programa requiere de estudiantes graduados en Comunicación Social, Sociología, Antropología, o de campos de formación afines con la información o la comunicación social.

El Programa espera que los estudiantes tengan experiencia en la gestión de espacios virtuales; familiaridad con proyectos de comunicación estratégica; familiaridad con el trabajo periodístico o con la gestión de procesos comunicacionales.

### **Perfil de salida**

El estudiante que concluye la Especialización Superior en Comunicación Social estará formado para:

- Integrar los elementos cognitivo/epistemológicos, los formativos y los investigativos en la perspectiva de tener experticia para gestionar fuentes comunicacionales y periodísticas que, contenidas en archivos documentales de medios de comunicación social, en hemerotecas, o en mediatecas, aporten a su trabajo comunicacional o periodístico.
- Desarrollar investigación descriptiva y aplicada. En ese sentido, habrá sido formado con experticia analizando estudios de caso de gestión de fuentes informativas y comunicacionales; experiencias singulares en comunicación estratégica; manejo de redes de comunicación digitales; reapropiación de mensajes mediáticos; y en el análisis de los estándares exigidos a los productos informativos y comunicacionales.
- Conocer con la suficiencia debida las tendencias contemporáneas de los Estudios de Comunicación y los debates epistemológicos actuales en torno a las teorías de la complejidad,



lo cual le permitirá desarrollar análisis crítico de las tecnologías y de las redes de la información y la comunicación, desde una mirada crítica que reconoce el papel del tejido social como una determinación de la tecnología.

Gestionar propuestas creativas e interculturales para el uso social de los discursos mediáticos, las visualidades y las sonoridades en los contextos mediáticos; valorando las mediaciones culturales, históricas e ideológicas existentes entre los medios y las audiencias, y las capacidades de estas últimas para alterar las significaciones iniciales de los mensajes y dotar a estos de otros circuitos de sentido. En ese sentido, este profesional estará en capacidad de generar pensamiento crítico, creativo y comprometido con los estándares contemporáneos de la comunicación social que contemplan la equidad social, de género, etárea y la incorporación de las dinámicas interculturales en la gestión y desarrollo de la comunicación social.

### **Líneas de investigación del programa**

- **Línea 1: Diseño, documentación y gestión de fuentes comunicacionales y periodísticas:**

Esta línea plantea a la documentación como eje fundamental tanto en el ejercicio periodístico como comunicacional. Para ello, conformar una fuente, desarrollarla, citarla y documentarla son tareas no solo útiles para la investigación, sino que en sí mismas constituyen una línea de trabajo que se articula tanto con el periodismo como con la comunicación. Además, este tema está propuesto en articulación con los campos de investigación del Área académica de Comunicación referidos a las “Tecnologías de la información y la comunicación” y a la “Comunicación estratégica”. Para estos dos campos, la investigación de fuentes es primordial no solo por aportar los insumos para la investigación misma, sino porque permite problematizar las nociones de documentación, archivo y criterios subjetivos para la elaboración de una fuente. Por otro lado, este tema brinda a la comunicación social y al periodismo los insumos requeridos tanto para la investigación aplicada como para el ejercicio profesional. En ese sentido, permite al estudiante organizar los insumos necesarios para el proceso de investigación que deviene en la fase de graduación.

- **Línea 2: Gestión de tecnologías y redes sociales de la información y la comunicación:**

Esta línea propone investigar el hecho tecnológico como un dispositivo cultural desde las implicaciones de la gestión social de las tecnologías. Para ello, este tema cuestiona el triunfalismo tecnológico de las tecnologías de la comunicación, y reconoce el avance tecnológico en relación con el tejido social en el que está inmerso. Además, este tema de investigación operativiza los campos “Tecnología de la información y la comunicación”, “Comunicación e interculturalidad” y “Visualidades y sonoridades en América Latina”, en la medida que inscribe en el discurso de las tecnologías una dimensión crítica que permite indagar los impactos de las tecnologías de la información y la comunicación en los distintos tejidos sociales marcados por la intersección de las distintas variables de discriminación como el género, lo etario o la clase social. Por otro lado, este tema permite revisar el componente tecnológico y cultural presente tanto en el hecho comunicacional como en la práctica periodística; proveyendo así al estudiante de una mirada y juicios críticos indispensables para la elaboración de su trabajo de graduación.

- **Línea 3: Discursividad, visualidad y sonoridad en los contextos mediáticos e interculturales:**

La propuesta de esta línea es trabajar las metodologías de análisis de la materialidad discursiva, visual y sonora de los mensajes y las posibilidades de resignificación de los mensajes mediáticos dependiendo del uso social que se hace de ellos y de las condiciones de interculturalidad en las cuales están insertos. Este tema conecta con los campos “Tecnologías de la información y la comunicación”, “Comunicación e interculturalidad” y “Visualidades y sonoridades en América

Latina” en la medida que permite ubicar los mecanismos sociales, políticos, culturales y hasta ideológicos que trastocan la materialidad inicial de los mensajes desde el uso cultural de los mismos. En ese sentido, esta línea aporta al análisis mismo de los significantes en los que se hayan contenidos los mensajes. De esta manera, este tema abre en el estudiante las posibilidades para indagar en los dispositivos culturales que dan sentido a los mensajes, lo cual es un aporte sustantivo en su fase de graduación.

- **Línea 4: Planificación de la comunicación estratégica:**

Esta línea de investigación sugiere el trabajo de la comunicación como una estrategia que revisa las nociones de opinión pública, publicidad y discurso publicitario, la agencia social, o la cultura organizacional. Este tema desarrolla el campo “Comunicación estratégica” en la medida que anticipa uno de los componentes cruciales para la gestión de la comunicación como es la planificación. De hecho, este componente abre posibilidades de indagación en los protocolos, campañas y los distintos escenarios de la comunicación estratégica. En ese sentido, este tema aporta a la Comunicación Social el componente organizativo básico desde donde pensar y ejercer la comunicación; lo cual ofrece las posibilidades de indagar en las distintas fases de la planificación de la comunicación en términos de su eficacia e importancia, proveyendo así de elementos útiles al estudiante para su fase de investigación y graduación.

### **Trabajo de titulación**

Los programas de posgrado de la Universidad se desarrollan en dos fases: una de docencia (presencial) y otra de investigación. Conforme a las normas que rigen nuestros programas de posgrado, para obtener el título de especialización superior, al concluir la fase presencial del programa, el estudiante debe realizar una monografía o presentarse a rendir un examen final de conocimientos del programa.

Durante la fase docente, se imparte una asignatura que orienta al estudiante en el diseño del trabajo de graduación y, además, apoya la preparación del plan de monografía y del examen final (complejivo). Un mes antes de concluir las clases presenciales, se solicita al estudiante que elija entre elaborar una monografía o presentarse al examen final.

Los estudiantes que eligen realizar la monografía, presentan un plan que es revisado y aprobado por el coordinador del programa. En el desarrollo de su trabajo de investigación, el alumno cuenta con un supervisor asignado por la Universidad, encargado de controlar la rigurosidad académica. El formato de presentación está determinado por las normas de funcionamiento de los programas de posgrado, por las “Pautas para la elaboración y presentación del trabajo final de graduación de Especialista Superior”, por el Manual de Estilo de la institución y el fondo bibliográfico existente en el Centro de Información y Biblioteca. Adicionalmente, la Universidad cuenta con un formulario de seguimiento al desarrollo del trabajo de investigación que el estudiante debe entregar periódicamente a la coordinación del programa.

Al finalizar el trabajo, el docente supervisor lo califica y el estudiante lo presenta a la Universidad, la cual nombra un segundo lector para su revisión y calificación. Para ser aprobado, el trabajo monográfico requiere una calificación promedio de mínimo 7/10.

Tanto la monografía como el examen final (complexivo) cumplen el propósito evaluar el conocimiento que el estudiante ha adquirido durante el desarrollo del programa de especialización superior.

El examen final es preparado por el coordinador académico con el apoyo de un equipo de docentes que impartieron clases en el programa. Este examen se concreta en el planteamiento de una situación problemática cuya resolución implica que el estudiante integre los conocimientos de varias asignaturas recibidas durante la fase docente. Por lo tanto, el examen final es interdisciplinario y ofrece la oportunidad de demostrar la capacidad para interrelacionar los conocimientos que se desarrollaron en el posgrado y transferirlos al campo de su ejercicio profesional.

Secretaría General, conjuntamente con el coordinador del programa, fija la fecha para la rendición del examen final, el cual debe ser resuelto de manera individual y en forma presencial por el estudiante. La respuesta se entrega, generalmente, por escrito y es desarrollada en el aula en un periodo de tiempo asignado.

El plazo para la presentación de la monografía final o la rendición del examen final es de tres meses contados desde la conclusión de la fase docente. En el caso de la monografía final, si un estudiante no lograra concluir el trabajo por situaciones de fuerza mayor, puede solicitar una prórroga máxima de tres meses. En el caso del examen final, se establece una sola fecha para rendirlo y, en el supuesto de que un estudiante no pudiese presentarse esa fecha o no obtuviese la nota para aprobar, se fija una segunda fecha.

## MALLA CURRICULAR

Unidades curriculares	Ámbitos curriculares	Campos de formación	Asignatura o módulo	Horas aula	Horas trabajo colaborativo	Horas prácticas de aplicación	Horas trabajo autónomo	Total horas	CRONOGRAMA				
									T I	T II	T III	T IV	T V
OBLIGATORIAS GENERALES													
Básica	Temático	Formación epistemológica	Mediaciones y usos sociales de la comunicación	40	5	50	25	120	X				
	Temático	Formación epistemológica	Mediaciones y usos sociales de la comunicación	40	5	50	25	120		X			
Multidisciplinar	Teórico-conceptual	Formación profesional avanzada	Metodologías de análisis de discursos mediáticos	40	5	50	25	120			X		
	Metodológico	Formación profesional avanzada	Estrategias de comunicación	40	5	50	25	120	X				
	Metodológico	Formación profesional avanzada	Gestión de fuentes comunicacionales y periodísticas	40	5	50	25	120		X			
	Metodológico	Formación profesional avanzada	Gestión de redes sociales de la comunicación	40	5	50	25	120		X			



	Metodológico	Formación profesional avanzada	Análisis visual y sonoro	40	5	50	25	120			X		
Titulación	Investigación con fines de graduación	Investigación avanzada	Escritura académica y diseño del trabajo de graduación	40	5	50	35	130	X				
	Investigación con fines de graduación	Investigación avanzada	Trabajo final			80		80				X	X
<b>TOTAL DEL PROGRAMA</b>			<b>8</b>	<b>320</b>	<b>40</b>	<b>480</b>	<b>210</b>	<b>1050</b>					

## PLAN DE ESTUDIOS

Asignatura	Descripción asignatura	Relación con perfil de salida
Mediaciones y usos sociales de la comunicación	<p><b>Objetivo:</b> Examinar el tipo de mediaciones y usos sociales de la comunicación que determinan los límites y posibilidades de los procesos comunicacionales, de los proyectos estratégicos de comunicación, y de las campañas mediáticas de comunicación.</p> <p><b>Contenido general:</b> Análisis del papel de la cultura, la economía, la política, o la ideología como dispositivos que median la relación entre los medios y las audiencias; revisión de los usos colectivos que hacen las poblaciones de los contenidos transmitidos en la fase de emisión mediática de los mensajes.</p>	El estudiante estará capacitado para, conociendo con la suficiencia debida las tendencias contemporáneas de los Estudios de Comunicación y los debates epistemológicos actuales en torno a las teorías de la complejidad, desarrollar análisis críticos de las tecnologías y de las redes de la información y la comunicación, desde una mirada crítica que reconoce el papel del tejido social como una determinación de la tecnología
Dimensiones legales de la comunicación	<p><b>Objetivo:</b> Familiarizar a los estudiantes con las normativas nacionales e internacionales que rigen tanto el trabajo del periodismo como el de la comunicación social.</p> <p><b>Contenido general:</b> Aborda la jurisprudencia local e internacional sobre periodismo y comunicación, enfatizando en los aspectos éticos relativos al manejo de los contenidos comunicacionales.</p>	El estudiante estará capacitado para, conociendo con la suficiencia debida las tendencias contemporáneas de los Estudios de Comunicación y los debates epistemológicos actuales en torno a las teorías de la complejidad, desarrollar análisis críticos de las tecnologías y de las redes de la información y la comunicación, desde una mirada crítica que reconoce el papel del tejido social como una determinación de la tecnología
Metodologías de análisis de discursos mediáticos	<p><b>Objetivo:</b> Familiarizar a los estudiantes con las propuestas teóricas y metodológicas contemporáneas que permiten analizar críticamente los discursos mediáticos.</p> <p><b>Contenido general:</b> Repaso de las técnicas de lectura de discursos y representaciones; articulación de la lectura crítica con las nociones de exigibilidad de derechos; relación entre estructura ideológica de los mensajes y las audiencias y los estándares de equidad exigidos para el manejo responsable y crítico de la comunicación.</p>	El estudiante desarrollará la formación pertinente para gestionar propuestas creativas e interculturales para el uso social de los discursos mediáticos, las visualidades y las sonoridades en los contextos mediáticos; valorando las mediaciones culturales, históricas e ideológicas existentes entre los medios y las audiencias, y las capacidades de estas últimas para alterar las significaciones iniciales de los mensajes y dotar a estos de otros circuitos de sentido.
Estrategias de comunicación	<p><b>Objetivo:</b> Desarrollar en los estudiantes experticias en las estrategias de comunicación a partir de la revisión de casos emblemáticos de gestión de la comunicación estratégica y organizacional.</p>	El estudiante sabrá desarrollar investigación descriptiva y aplicada. En ese sentido, habrá sido formado con experticia analizando estudios de caso de gestión de fuentes informativas y



	<b>Contenido general:</b> Repaso del actual debate sobre lo organizacional en culturas complejas; revisión de la noción de complejidad en las campañas estratégicas de comunicación; y estudio de caso de las lógicas imperantes de los proyectos comunicacionales tanto en el sector público como en el privado y en la sociedad civil.	comunicacionales; experiencias singulares en comunicación estratégica; manejo de redes de comunicación digitales; reapropiación de mensajes mediáticos; y en el análisis de los estándares exigidos a los productos informativos y comunicacionales
Gestión de fuentes comunicacionales y periodísticas	<b>Objetivo:</b> Familiarizar a los estudiantes con la gestión documental de fuentes comunicacionales como insumo pertinente que dote a los proyectos y estrategias comunicacionales de la necesaria contextualización cultural y social. <b>Contenido general:</b> Revisa, a partir de estudios de casos específicos, técnicas y metodologías archivísticas y de documentación que permiten contextualizar diversas iniciativas comunicacionales.	El estudiante estará capacitado para integrar los elementos cognitivo/epistemológicos, los formativos y los investigativos en la perspectiva de tener experticia para gestionar fuentes comunicacionales y periodísticas que, contenidas en archivos documentales de medios de comunicación social, en hemerotecas, o en mediatecas, aporten a su trabajo comunicacional o periodístico.
Gestión de redes sociales de la comunicación	<b>Objetivo:</b> Contemporizar con los estudiantes en el uso de las redes sociales y digitales más usadas y exitosas, entendidas como dispositivo tecnológico y recurso comunicacional prioritarios para la Comunicación Estratégica. <b>Contenido general:</b> Mapeo de las tendencias más actuales en el manejo de la información en red; propuesta de destrezas metodológicas para intervenir en los entornos digitales.	El estudiante estará capacitado para, conociendo con la suficiencia debida las tendencias contemporáneas de los Estudios de Comunicación y los debates epistemológicos actuales en torno a las teorías de la complejidad, desarrollar análisis críticos de las tecnologías y de las redes de la información y la comunicación, desde una mirada crítica que reconoce el papel del tejido social como una determinación de la tecnología.
Análisis visual y sonoro	<b>Objetivo:</b> Desarrollar con los estudiantes metodologías de análisis tanto de la cultura visual y sonora como de los significantes de la comunicación social y mediática en función del diseño de estrategias de comunicación y publicitarias. <b>Contenido general:</b> Puesta al día de las distintas estrategias conceptuales y metodológicas de análisis de los significantes comunicacionales. Repaso de las particularidades aportadas desde América Latina para el análisis visual y sonoro en los contextos comunicacionales.	El estudiante desarrollará la formación pertinente para gestionar propuestas creativas e interculturales para el uso social de los discursos mediáticos, las visualidades y las sonoridades en los contextos mediáticos; valorando las mediaciones culturales, históricas e ideológicas existentes entre los medios y las audiencias, y las capacidades de estas últimas para alterar las significaciones iniciales de los mensajes y dotar a estos de otros circuitos de sentido.
Escritura Académica y diseño del trabajo de graduación	<b>Objetivo:</b> Introducir a los estudiantes en los conceptos y herramientas, así como en el conocimiento de la normativa universitaria, necesarios para la elaboración de documentos académicos. <b>Contenido general:</b> Acercamiento a las características propias de la escritura académica y prácticas. Conocimiento de las normas de la UASB para el tratamiento de infracciones contra la honradez intelectual (procedimientos para el control de plagio). Orientación para el trabajo de titulación que puede ser: examen complejo, monografía o la construcción de un producto académico específico.	Los estudiantes desarrollarán la capacidad para presentar trabajos académicos para aprobación de las asignaturas del programa y del trabajo de titulación.