

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Código SNIES: 106628

Calificado Resolución No. 29792 del 29 diciembre de 2017 - Ministerio de Educación Nacional

Misión

El Proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en concordancia con la misión de la Universidad, orientada a "democratizar el acceso al conocimiento", se inscribe en la apertura de los estudios, la investigación, la formación académica y profesional de la comunicación y el periodismo en el ámbito de la ciudad-región. Con ello se busca, dado el actual contexto sociopolítico de la Nación y la urgencia de contribuir a un mejor vivir, el fortalecimiento de los procesos de democratización, cohesión, inclusión y reconstrucción del tejido social.

Visión

El proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo se inscribe en el marco de la excelencia, exaltando la calidad, basada en un programa de alto contenido social y humanístico, con metas de equidad y competitividad, que posibiliten un alto rendimiento de los egresados, fundamentalmente en competencias humanas y ciudadanas. En esta perspectiva, todo el currículo, los saberes, las aptitudes y actitudes están orientadas a la formación profesional e investigativa para el desarrollo social y cultural, generando un sentido de pertenencia y apropiación de la ciudad, la región y de una Colombia verdaderamente democrática con oportunidades para todos.

Perfil de Egreso

El egresado del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas será competente para:

- Investigar, procesar y divulgar comunicación e información de interés local, nacional, regional e internacional.
- Producir contenidos de alta calidad comunicativa y/o periodística, con nuevas estéticas y narrativas socioculturales de la Nación, la Ciudad-región y el mundo.
- Generar contenidos socioculturales y políticos que contribuyan a la construcción de una opinión pública de carácter democrática y social.
- Desarrollar programas comunicativos e informativos de divulgación de la ciencia, la cultura y el arte.
- Participar en la configuración de políticas públicas para formar nuevos actores sociales en la construcción de ciudadanías y el desarrollo social y cultural comunitario.
- Formular, gestionar y coordinar proyectos socioculturales de alto alcance e impacto en las dinámicas de desarrollo local y/o nacional.
- Dirigir y gestionar procesos comunicacionales de carácter estratégico, en organizaciones sociales y entidades públicas y privadas.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- Investigar desde las ciencias sociales y humanas en el campo de la comunicación y el periodismo y participar en redes de investigación interdisciplinarias.

1. IDENTIFICACIÓN DEL SYLLABUS

FECHA: 21 de febrero de 2023	PERIODO: 2023-1		
ASIGNATURA: Gestión y Políticas Públicas en Comunicación (23943)			
CÓDIGO: 23943 (Grupo 2)	SEMESTRE: 7o	GRUPO: 052-2	
LÍNEA DE FORMACIÓN: Desarrollo Humano y Cultura Política			
CICLO CURRICULAR: Profundización			
NÚMERO DE CRÉDITOS: 2	HTD: 4	HTC: 4	HTA: 4

2. DESCRIPCIÓN GENERAL

Gestión y Políticas Públicas en Comunicación provee una perspectiva general sobre el proceso de surgimiento y continuidad del paradigma de la planeación y el desarrollo como mecanismo para la modernización de los actos y decisiones desde el Estado y que pasan de lo institucional y legislativo para concretar iniciativas para el bienestar de la sociedad. Este proceso ha llevado a las políticas públicas a ser una de las pautas de la institucionalización y su gestión de la acción política para el avance social. En la asignatura predomina un tono crítico frente al discurso del desarrollo, los efectos de la planificación y administración desde el Estado, para luego acercarnos a las definiciones de lo público; luego se discutirá la noción de esfera pública y el rol gubernamental en su gestión, precisamente el campo de acción de los profesionales en periodismo y comunicación. Al final de la asignatura se problematizan algunos de los fenómenos que han distorsionado la acción pública, como lo son el conflicto, el narcotráfico y en general la promesa incumplida del desarrollo social y la modernización de la cultura política, metas señeras de la gestión pública.

3. JUSTIFICACIÓN

La fundamentación profesional en comunicación y periodismo involucra el desempeño en espacios institucionales que conciben o gestionan la política pública, donde se requiere un conocimiento de la estructura y función de los mecanismos involucrados en las distintas etapas de despliegue de esta herramienta de cambio. El reconocimiento de los engranajes que configuran la relación entre el Estado y la resolución de los problemas que aquejan a la sociedad, implica identificar través del uso de instrumentos críticos los aciertos y falencias que han ocurrido en el trámite de lo público. Se trata también de una oportunidad para que los profesionales en formación identifiquen posibles escenarios de desempeño laboral, así como los habilita para abrirse camino en el andamiaje institucional de los sectores público y privado donde se gestiona la acción política gubernamental hacia el cambio.

4. OBJETIVOS DE FORMACIÓN

Capacitar a los profesionales en formación en el proceso de identificar áreas estratégicas para la política pública en comunicación

Abordar las principales tradiciones de análisis y crítica a la política pública y sus procesos de concepción e implementación

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN
Programa de Comunicación Social y Periodismo

Identificar metodologías analíticas para la mejor comprensión de los fenómenos asociados a la política pública, a la vez que poder crear herramientas para su crítica y evaluación

Reconocer aspectos de la argumentación necesarios en el proceso de abordaje de la realidad que busca incidir la política pública

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados de aprendizaje son los enunciados que permiten identificar lo que se espera que el estudiante esté en capacidad de hacer, como resultado del proceso académico y las actividades de aprendizaje desarrolladas durante el semestre (Jenkins y Unwin, 2001).

Por tanto, se espera que el estudiante esté en capacidad de:

Abordar analíticamente realidades que pretende transformar la política pública, junto con los antecedentes de la acción pública en Colombia

Desplegar un arsenal conceptual y de análisis de la realidad que sea instrumento crítico e insumo en la comprensión de las políticas públicas asociadas al campo profesional

Identificar las fracturas propias de la cultura política colombiana y su efecto en la concepción e implementación de políticas públicas

Analizar facetas específicas de las políticas públicas que inciden directamente o de manera circunstancial el campo de los estudios sobre comunicación

6. NÚCLEOS PROBLÉMICOS

Conceptos y Argumentación

Planeación y desarrollo: discurso y realidades

Lo público: una lectura crítica

Gestión pública: de lo institucional a la gobernanza

Políticas públicas en Comunicación

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

7. EJES TEMÁTICOS

- Conceptos centrales para el análisis de Políticas públicas - Estrategias de argumentación (fundamentación profesional) - El discurso del desarrollo.
- Desregulación, planificación desde los años 1960 en Colombia
- Las fracturas de lo público en Colombia
- Fallas institucionales
- Inhibidores de gobernanza en comunicaciones en Colombia: conflicto, narcotráfico

8. PLANEACIÓN GENERAL POR CRÉDITOS ACADÉMICOS

CONCEPTOS Y ARGUMENTACIÓN

Semana 3. Febrero 24

Introducción, presentación Syllabus. Grupos de trabajo TFinal.

Semana 4. Marzo 3

Argumentación e Investigación

Estrategias de argumentación (fundamentación profesional) Problemas de Investigación

Semana 5. Marzo 10

Conceptos centrales para el análisis de Políticas públicas

Rojas, S. (2009). “Medios de comunicación y políticas públicas producción de conocimiento en Colombia”, *Revista Comunicación y Ciudadanía*, pp. 104-111. ([Link](#))

PLANEACIÓN Y DESARROLLO: DISCURSO Y REALIDADES Semana

6. Marzo 17

El discurso del desarrollo. Desarrollo sin planificación

Escobar, A. (1986). “La invención del desarrollo en Colombia”. *Lecturas de Economía*, 20, pp. 9-35.

([Link](#))

(Entrega de resúmenes y bibliografía de investigación grupal 15%)

Semana 7. Marzo 24

Desregulación, planificación desde los años 1960 en Colombia

Castellanos, N. (2012). “El periodismo colombiano en los tiempos del Frente Nacional. Entre la lucha contra el consenso informativo y la profesionalización del oficio”, *Folios* 26, pp. 91-110. ([Link](#))

(Entrega Parcial 1, 15%, Cuestionario. Marzo 25) Fecha límite reporte notas C1: Abril 1.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

LO PÚBLICO: UNA LECTURA CRÍTICA.

Semana 8. Marzo 31

Las fracturas de lo público en Colombia

Bonilla, J. (2006). “Medios, esfera pública y ciudadanía. Que políticas de comunicación para cual sociedad?”, *Anagramas* 4(8), pp. 41-52. ([Link](#))

Receso de Semana Santa

Semana 9. Abril 14

Medios en Colombia, entre lo público y lo corporativo

Mesa, J. (2014). “Esfera pública: entre lo político y la política en la construcción de la opinión política”, *Forum*, 5(1). ([Link](#))

Semana 10. Abril 21

Fallas institucionales.

Trelles, M. (2006). “Comunicación política y gobernabilidad. Escenarios de interdependencia en una sociedad en crisis”, *Palabra Clave*, 9(2), pp. 19-28. ([Link](#))

Semana 11. Abril 28

(Parcial 2, en el Aula, 15%)

GESTIÓN PÚBLICA: DE LO INSTITUCIONAL A LA GOBERNANZA

Semana 12. Mayo 5

El análisis de las políticas públicas.

Peña, M. (2019). “El análisis crítico de discurso en textos de políticas públicas: lineamientos para una praxis investigativa”, *Trama Común*, (23)1. ([Link](#))

GESTIÓN PÚBLICA: DE LO INSTITUCIONAL A LA GOBERNANZA

Semana 13. Mayo 12.

Inhibidores de gobernanza en comunicaciones en Colombia: conflicto.

Bonilla, J. “Comunicación, televisión y guerra”, *Estudios Políticos* 19, pp. 143-160. ([Link](#))

Semana 14. Mayo 19

Inhibidores de gobernanza en comunicaciones en Colombia: narcotráfico.

Sánchez, J. (2020). “El ethos mafioso y la glamurización del narcotráfico en la televisión: una revisión a la responsabilidad corporativa para la pacificación en Colombia”, en: Moukouti, G. Hatolong, Z. *Telenovela Hispanoamericana: idiosincrasia y efectismo*. Provin, Hautes-de-France: Éditions Binam, pp. 19-44.

Entrega de Cuestionario Mayo 20, 15%

Fecha limite reporte notas C2: Mayo 27

Semana 15. Mayo 26.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Orientación grupal para la Investigación final Conclusiones.

ENTREGA DEL TRABAJO FINAL, JUNIO 3 (40%) Fecha limite reporte notas C3 y final: Junio 9

EN LA SESIÓN DE PRESENTACIÓN DEL SYLLABUS SI BUSCARÁ COORDINAR Y SUSCRIBIR LOS COMPROMISOS NECESARIOS PARA REPONER LAS SEMANAS INICIALES.

Semana	Temáticas	HT D	HT C	HT A	Evaluación
1-3	Conceptos y Argumentación	6	3	4	15%
4-6	Planeación y desarrollo: discurso y realidades	6	3	4	15%
7-9	Lo público: una lectura crítica	6	3	4	15%
9-12	Gestión pública: lo institucional y la gobernanza	6	3	4	15%
12-14	Políticas públicas en Comunicación	6	3	4	40%

9. COMPETENCIAS

Los estudiantes, de acuerdo con las necesidades de un mundo globalizado y de un mercado laboral y social cada vez más exigente, deberán estar en la capacidad de asumir y responder por las siguientes competencias:

En lo académico:

- *Reconocimiento de la literatura crítica en torno a la política pública en comunicación en Colombia, para discernir estrategias para su aplicabilidad*
- *Habilidades para discutir los procesos de conformación de una esfera pública en Colombia*

En lo profesional:

- *Habilidad analítica para toma de decisiones e investigación en torno a problemáticas centrales que condicionan los procesos comunicativos en Colombia*
- *Formación ética para la definición de aspectos centrales en la formulación o gestión de políticas públicas asociadas con el campo de desempeño profesional.*

En lo investigativo:

- *Fortalecimiento de habilidades de lectura crítica, interpretación de textos, selección y clasificación de fuentes de investigación y de la argumentación*

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- *Capacidad para discernir posibles decisiones o acciones necesarias en procesos que involucran la concepción, diseño, transformación y/o implementación de políticas públicas*

10. METODOLOGIA.

(Descripción de la metodología de acuerdo a las modalidades de trabajo contenidas en la normatividad de la universidad: 1. Créditos académicos: trabajo directo, cooperativo y autónomo)

Trabajo Directo:

Durante las sesiones de clase, los estudiantes deben haber completado las lecturas asignadas por semana, un proceso fundamental en la medida que la asignatura se lleva como un seminario de discusión de problemáticas en las que es necesario identificar argumentos y debates en torno a cada eje temático. Los trabajos escritos buscan evaluar capacidad de escritura, reflexión crítica, coherencia argumentativa, y el ejercicio de búsqueda de materiales de trabajo para la investigación final. Se adelantan actividades de evaluación en cada corte, basados en el material de clase discutido, y la interiorización de las habilidades argumentativas que se ofrecen en las dos primeras semanas.

Trabajo cooperativo:

El docente hace una inducción sobre los mínimos de escritura que buscan estandarizar el ejercicio de escritura en términos de orden, coherencia y argumentación; a esta guía se suma un acompañamiento continuo del proceso de elección, abordaje y análisis de una problemática de investigación que los estudiantes deben elegir en las 4 primeras semanas de clase. Un resumen de investigación y fuentes bibliográficas servirán para evaluar el trabajo en equipo de los estudiantes que desarrollan el trabajo de investigación final.

Trabajo autónomo:

La preparación de cada sesión involucra un compromiso individual de lectura que luego se evalúa de manera individual en los parciales escritos. También se estimula la intervención y participación continua de los estudiantes, de manera que en los grupos de investigación ocurra un balance en el aporte necesario para alcanzar los propósitos de la asignatura

11. EVALUACIÓN.

Seguimiento evaluativo en relación con las competencias y modalidades de trabajo contenidas en la normatividad de la universidad)

Se privilegia la evaluación formativa y se tendrá en cuenta las siguientes fechas para entrega de actividades:

Mediado por la: Heteroevaluación-Coevaluación-Autoevaluación Los indicadores son:

- **Resumen (15 %).**

Evalúa argumentación y escritura, apropiación de elementos de investigación y conceptos) Semana 3

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- **Parciales (2 x 15%). 1 Presencial / 1 No presencial**

Evalúa análisis de material de lectura; capacidad de síntesis de las discusiones abordadas en clase.

- **Cuestionario de Investigación (15%)**

Evalúa la capacidad crítica de analizar el tema de investigación elegido por cada grupo.

- **Trabajo final (40%)**

Evalúa capacidad de trabajo en equipo; consistencia en el abordaje de problemática de investigación; capacidad de análisis y síntesis en la escritura.

12. BIBLIOGRAFÍA, HEMEROGRAFIA, CIBERGRAFIA GENERAL Y/O ESPECIFICA:

Bonilla, J. (2006). “Medios, esfera pública y ciudadanía. Que políticas de comunicación para cual sociedad?”, *Anagramas* 4(8), pp. 41-52. ([Link](#))

Bonilla, J. “Comunicación, televisión y guerra”, *Estudios Políticos* 19, pp. 143-160. ([Link](#))

Castellanos, N. (2012). “El periodismo colombiano en los tiempos del Frente Nacional. Entre la lucha contra el consenso informativo y la profesionalización del oficio”, *Folios* 26, pp. 91-110. ([Link](#))

Escobar, A. (1986). “La invención del desarrollo en Colombia”. *Lecturas de Economía*, 20, pp. 9-35. ([Link](#))

Mesa, J. (2014). “Esfera pública: entre lo político y la política en la construcción de la opinión política”, *Forum*, 5(1). ([Link](#))

Peña, M. (2019). “El análisis crítico de discurso en textos de políticas públicas: lineamientos para una praxis investigativa”, *Trama Común*, (23)1. ([Link](#))

Rojas, S. (2009). “Medios de comunicación y políticas públicas producción de conocimiento en Colombia”, *Revista Comunicación y Ciudadanía*, pp. 104-111. ([Link](#))

Sánchez, J. (2020). “El ethos mafioso y la glamurización del narcotráfico en la televisión: una revisión a la responsabilidad corporativa para la pacificación en Colombia”, en: Moukouti, G. Hatolong, Z. *Telenovela Hispanoamericana: idiosincrasia y efectismo*. Provin, Hautes-de-France: Éditions Binam, pp. 19-44.

Trelles, M. (2006). “Comunicación política y gobernabilidad. Escenarios de interdependencia en una sociedad en crisis”, *Palabra Clave*, 9(2), pp. 19-28. ([Link](#))

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

13. SOCIALIZACIÓN DEL SYLLABUS

EN LA SESIÓN DE PRESENTACIÓN DEL SYLLABUS SI BUSCARÁ COORDINAR Y SUSCRIBIR LOS COMPROMISOS NECESARIOS PARA REPONER LAS SEMANAS INICIALES.

FECHA: 24 de Febrero 2023

NOMBRE DE ESTUDIANTE VEEDOR: _____ ACUERDOS

ADICIONALES:

