

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.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- 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.
- 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

CÓDIGO: 23929

SEMESTRE: V_____

GRUPO: __052-1 y

0522__

LÍNEA DE FORMACIÓN: Desarrollo Humano y Cultura Política

CICLO CURRICULAR: Profundización

NÚMERO DE CRÉDITOS: 2

HTD:48 HTC:16 HTA: 128

2. DESCRIPCIÓN GENERAL

La comunicación como Derecho de expresión como Derecho Fundamental, hecho humano práctica social, campo del conocimiento y actividad de ejercicio profesional, mediático y empresarial, y por lo mismo, es un objeto de regulación y reglamentación jurídica nacional e internacional. La formación de profesionales en el campo de la comunicación y el periodismo, requiere que los futuros comunicadores desarrollen capacidades para identificar, apropiar y aplicar el marco conceptual, institucional, regulatorio y reglamentario, para el ejercicio de los derechos de expresión, información y de fundar medios de comunicación social en Colombia.

3. JUSTIFICACIÓN

- Generar contenidos jurídicos y políticos que contribuyan a la construcción de una opinión pública de carácter democrática y social.
- Participar en la configuración de políticas públicas para formar nuevos actores sociales en la construcción de nuevas ciudadanía y el desarrollo democrático

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- La prensa juega un papel mediador entre la ciudadanía y el cumplimiento de sus derechos, el primero de ellos, el derecho a la información. Partimos aquí de la tarea periodística como servicio al bien común: las posibilidades de formar opinión pública y conciencia social, difundir hechos y facilitar el ejercicio de derechos o reivindicarlo, así como de la capacidad coactiva de los medios al publicitar abusos de violaciones. Todo ello sin olvidar ciertos riesgos o disfunciones producidas en la tarea informativa, que también veremos en las páginas que siguen.
- La información considerada como un bien público y al que toda la ciudadanía tenga derecho a acceder puesto que “sin una ciudadanía informada los poderes pueden seguir haciendo de este un mundo peor”.
- La libertad de información es innegable a la ciudadanía junto con la libertad de expresión por lo que en esta asignatura se ha puesto énfasis en la necesidad de que toda la información en poder de gobiernos e instituciones se considere pública y, por lo tanto, al servicio de la sociedad.

- Entender que la comunicación pública es una crítica a la comunicación de masas puede ser concebida como una posición cómoda y utópica; lo primero, porque la teoría crítica esboza un malestar a todo lo que esté circunscrito al ámbito económico y de consumo, que es, en esencia, la actual tendencia de la masificación de la comunicación; lo segundo, porque pretender afirmar que la base social es la que debe generar su propia demanda de contenidos en la agenda de medios para un fortalecimiento de la democracia confirma el hecho del ideal en que se ha convertido la gobernabilidad en el Estado moderno. Pese a este matiz, no es inocuo abordar este concepto desde la propuesta Comunicación pública: repensar la comunicación para la democracia, apuesta académica que dignifica el valor de la comunicación como un bien público.
- La comunicación pública puede denotar incautamente un concepto redundante porque en la vida social no existe nada más ‘público’ que la comunicación. La fractura de la anterior premisa se debe a la penetración del mercantilismo en el orificio del llamado auge consumista moderno, que entiende la comunicación como un valor de las empresas mediáticas privadas, las cuales entretienen, trivializan la realidad, impulsan modas y rutinas publicitarias, hechos que ubican a la comunicación como un producto más dentro de la economía de mercado. Aunque no se desestiman estas tendencias de la comunicación de masas porque sería ocultar realidades que saltan a la vista, la apuesta por la comunicación pública es que se le devuelva algo del valor democrático que a la comunicación se le ha reconocido, donde las entidades del Estado, las empresas de economía mixta, el emprendimiento, el empresariado, las organizaciones de la sociedad civil

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

organizada y las comunidades con valores comunes, interactúen con la ciudadanía, eleven demandas socioeconómicas, construyan tejido social, ponderen el desarrollo sociopolítico, conserven las tradiciones y valores culturales y originen sus propios medios que, paralelamente, alternen la agenda mediática tradicional.

4. OBJETIVOS DE FORMACIÓN

- 4.1 Examinar la comunicación como un objeto jurídico, precisando sus principales herramientas regulatorias y reglamentarias.
- 4.2 Precisar los elementos conceptuales y metodológicos para abordar la comunicación como un objeto jurídico.
- 4.3 Identificar la institucionalidad pública y privada que interviene en la comunicación.
- 4.4 Estudiar el régimen legal de prensa, radio, televisión e internet en Colombia.

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:(segun cada línea):

1. Apropiación para comunicar el proceso de paz de 2016, el Informe Final y el legado de la Comisión de la Verdad de Colombia.
2. Destreza para elaborar Derechos de Petición y Acción de tutela de acuerdo con la normatividad.
3. Capacidad de análisis de Sentencias Judiciales sobre los principios de veracidad e imparcialidad en la información.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

4. Entiende los elementos conceptuales y metodológicos para abordar la comunicación como un objeto jurídico.
5. Comprende la institucionalidad pública y privada que interviene en la comunicación en Colombia.
6. Reconoce el régimen legal de prensa escrita, radio, televisión e internet en Colombia.

6. NÚCLEOS PROBLÉMICOS

¿Cuáles principios orientaron a la Comisión de la Verdad de Colombia en el marco del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No reparación en Colombia para rendir su informe final?

¿Cuáles son los criterios que orientan y definen el marco Constitucional y legal de la comunicación en Colombia?

¿Cuáles son las características de la información y comunicación como parte de los Derechos humanos y su proyección en la formación de las nuevas ciudadanías?

¿Cuáles son los contextos y las dinámicas de la comunicación en lo público y privado

¿Cuál es el Marco regulatorio legal de los medios comunicación en Colombia

7. EJES TEMÁTICOS

- a. Unidad 1. Guía para periodistas claves para comunicar el proceso, el Informe Final y el legado de la Comisión de la Verdad de Colombia.
- b. Unidad 2 Marco Constitucional y legal de la comunicación en Colombia.
- c. Unidad 3. El derecho a comunicar y el derecho a ser informado.
- d. Unidad 4. Institucionalidad pública y privada que interviene en la comunicación.
- e. Unidad 5. Régimen legal de prensa escrita, radio, televisión e internet en Colombia.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

8. PLANEACIÓN GENERAL POR CRÉDITOS ACADÉMICOS

Semana	Temáticas	HTD	HTC	HTA	Evaluación
1 (4 horas)	Presentación del syllabus, exploración de intereses. Misión	4	2	10	
	y Visión del Programa de Comunicación Social y Periodismo U.D.F.J.C. Perfil del egresado de Comunicación Social y Periodismo U.D.F.J.C. Acuerdos académicos.				
2 y 3 (8 horas)	Estudio "Guía para periodistas claves para comunicar el proceso, el Informe Final y el legado de la Comisión de la Verdad" de Colombia. Constitución Política de Colombia 1991. Instrumentos jurídicos: Derecho Petición, Acción de Tutela, Acción Popular.	4	2	10	Exposiciones , elaborar un Derecho de Petición y una Acción de Tutela
4 (4 horas)	Ley Tic 1341 de 2009 modificadas por la Ley 1978 de 2019 y Ley 2108 de 2021.	8	4	20	

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

Programa de Comunicación Social y Periodismo

5 (4 horas)	Ley 1712 de 2014 Ley transparencia y Derecho acceso a la información.	4	2	10	
6 (4 horas)	Mecanismos de Participación. Ley Estatutaria 1757 de 2015 sobre promoción y protección del derecho a la Participación Democrática.	4	2	10	Ejercicio practico de participación
7 (4 horas)	La doble vía de la información: el derecho a comunicar	4	2	10	
	y el derecho a ser informado.				
8 (4 horas)	Derecho a la información, derecho de informar y libertad de expresión.	4	2	10	
9 (4 horas)	Principios de veracidad e imparcialidad en la información. Estudio de casos Sentencias	4	2	10	
10 (4 horas)	Regulación prensa escrita	4	2	10	
11 (4 horas)	Regulación del servicio público de Televisión Regulación del servicio público de Radio	4	2	10	

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

12 (4 horas)	La Internet: Derecho y regulación en el contexto de la globalización. Ley 2108 29 de julio 2021. Ley de Internet como servicio público esencial y universal	4	2	10	
--------------	---	---	---	----	--

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:

Lograr estructurar planteamientos de trabajo y comunicarlos con claridad conceptual al grupo.

En lo profesional:

Realiza un ejercicio analítico superando el aspecto descriptivo de sus temáticas.

Identificar la institucionalidad pública y privada que interviene en la comunicación.

En lo investigativo:

Investigar, procesar y divulgar Reglamentaciones Distritales, Nacional, Regionales e internacionales.

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:

Se encuentra en capacidad para el análisis y construcción de acciones respecto a la relación sociedad-comunicación desde su lugar de trabajo.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Trabajo cooperativo:

Establece un trabajo colectivo donde a pesar de los intereses y posiciones particulares contribuye al avance en el debate planteado.

Interactúa con el grupo en un dialogo fluido y de negociación educativo-cultural con el docente y sus compañeros de clase.

Trabajo autónomo:

Se sensibiliza sobre su papel como sujeto político en su entorno Distrital, Nacional e internacional en torno a la Regulación de la Comunicación.

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:

Primer Corte 35%: Exposiciones sobre la “Guía para periodistas claves para comunicar el proceso, el Informe Final y el legado de la Comisión de la Verdad” de Colombia (15%). Practica sobre instrumentos jurídicos: Derecho de Petición(10%) y Acción de tutela .(10%).

Segundo Corte 35%: Exposiciones por temas (15%) Formulario google: Pérez, Débora. 2018, Políticas de comunicación. En: Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. Ed Universidad Nacional, Bogotá. DC, pp 163-172 (10%) Exposiciones por grupos El Derecho a recibir información periodística veraz, como Derecho Colectivo y la Acción Popular como medio para su exigibilidad en Colombia.(10%)

Evaluación final 30%: Trabajo investigativo en hemeroteca o biblioteca y exposiciones sobre análisis de Sentencias.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

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

Fundamental

Ávila Palacios, Ricardo. Derecho a la información: jurisprudencia constitucional. Bogotá. Librería Ediciones del Profesional, 2005. 182 p.: il. ; 24 cm.

Barbero, Jesús Martín, Comunicación, espacio público y ciudadanía.

Barraud, Boris, La lutte contre les fausses informations sur internet : un jeu de lois, Revue Lamy droit de l'immatériel : informatique, médias, communication, 2018 No.154, pp.51-61

Bustamante B, Borys; Aranguren Fernando, Televisión de calidad y participación ciudadana, En Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación No. 252-2005,

Colombia. Constitución Política 1991, última edición.

Colombia Ley TIC. Ley 1341 de 2009 modificada, Ley 1978 de 2019 y Ley 2108 de 2021.

Colombia. Ley 1712 de 2014 Ley transparencia y Derecho acceso a la información

Colombia. Ley Estatutaria 1757 de 2015 Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática.

Colombia, Ley 2108 29 de julio 2021 Ley de Internet como servicio Público esencial y universal.

Comisión de la Verdad Colombia, Guía para periodistas claves para comunicar el proceso, el Informe Final y el legado de la Comisión de la Verdad. Bogotá DC, 2022, 221 P.

Daza, Romelio. Las TIC ante el Derecho Colombiano y la gestión judicial. Ed del Profesional, 2017, 252 p.

De Maillard, Jacques; Kubler, Daniel, Analyser les politiques publiques. 10 ed Preses universitaires de Grenoble. 2015, 259 p.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Garzón, Juan C, Estado, legislación y medios en Colombia. En Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. Ed Universidad Nacional, Bogotá, DC, 2018, pp 25-40.

Garzon, Juan C, Neita, Ingrid, Panorama de las leyes y políticas de comunicación en Colombia en la última década. En Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. Ed Universidad Nacional, Bogotá, DC, 2018, pp 41-88.

Granchet, Agnés, Introduction au Droit de la Communication, Université de Paris.

Knoeppel, Peter et all, Analyse et pilotage des politiques publiques, Presses de l'Université du Québec, 2015, 422 p.

López, Fabio La comunicación social, los grandes medios y la propaganda negra del centro democrático en el triunfo del no en el plebiscito del 2 de octubre de 2016. En Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. Ed Universidad Nacional, Bogotá, DC, 2018 pp 209-222

López, Fabio, Noticias RCN, de Claudia Gurisatti, y la indisposición sistemática de su audiencia televisiva contra el proceso de paz entre el gobierno Santos y las FARC. En Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. Ed Universidad Nacional, Bogotá, DC, 2018, p223-242.

López López Pedro. Derechos de Información, medios de comunicación y democracia En: Revista General de Información y Documentación Vol. 11,2-2001 Universidad Complutense. pp:61-92

Melo Jorge. La libertad de prensa en Colombia: su pasado y sus perspectivas actuales.

Muller P et Surel Y, L'analyse des politiques publiques. Paris.

Pavillet, Marie-France, et all, Le droit d'informer: le rôle des médias dans le développement économique, Banque internationale pour la reconstruction et le développement; 2010.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Pérez, Débora. Políticas de comunicación. En: Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. Ed Universidad Nacional, Bogotá. DC, 2018, pp 163-172

Posada C. Eduardo, Prensa y democracia en la historia de Colombia.

Programa de Comunicación Social y Periodismo U.D.F.J.C. Misión, Visión, Perfil del egresado del Programa de Comunicación Social y Periodismo U.D.F.J.C

Rodríguez Abancéns, Marisa, Medios de comunicación y Derechos Humanos: los hechos y los derechos.

Sanabria, Pablo, Rubaii, Nadia, Crear capacidad para el análisis de políticas públicas en medio de tensiones y retos en Colombia. En El análisis de las políticas públicas en Colombia. Universidad de los Andes, Escuela de Gobierno, Bogotá DC, 2022, pp 325333,

Sánchez Daniels, Catalina del Pilar, El Derecho a recibir información periodística veraz, como Derecho Colectivo y la Acción Popular como medio para su exigibilidad en Colombia. EAFIT. Medellín, 2016.

Uprimny, Rodrigo et all. Libertad de prensa y derechos fundamentales. Legis.

Vieria, Juan G, Medios de comunicación, evidencia y análisis de políticas públicas en Colombia, En El análisis de las políticas públicas en Colombia. Universidad de los Andes, Escuela de Gobierno, Bogotá DC, 2022 pp 305-314,

Complementaria:

Buitrago, Elker, Derecho de la comunicación. Bogotá. Librería Ediciones del Profesional, 4ª. Edición, 2007, 854 p.

Buitrago, Elker, El Periodismo y su régimen Legal Librería Ediciones del Profesional, 2005, Bogotá D.C. 432 p.

Camps Victoria. 1996. El malestar en la vida pública. Grijalbo. Barcelona – España.

Duhalde Eduardo y Alén Luis. 2001. La evolución histórica del Derecho a la Información y el Universo Jurídico de la Comunicación. En. Teoría Jurídica -Política de la Comunicación. Buenos Aires - Argentina. Eudeba.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

González López Edgar. 2007. Regulación Básica de las Telecomunicaciones. Universidad Externado de Colombia. Bogotá.

Ossola Federico y Vallespinos Gustavo. 2001. La obligación de Informar. Editorial Advocatus. Córdoba –Argentina.

Varios, El derecho y las tecnologías de la información y la comunicación. U Católica. Bogotá DC, 2015, 208 p

Ramos, Carlos, La comunicación es un bien público.

- Recursos Web: Video La libertad de prensa en Colombia: Jorge Orlando Melo y Ricardo Avila. Banco de la Republica, Bogotá DC.

13. SOCIALIZACIÓN DEL SYLLABUS

NOMBRE DE ESTUDIANTE VEEDOR: _____ ACUERDOS ADICIONALES:

- **Utilizar el correo institucional Universidad Distrital FJC.**
- **Currículo alterno: Plataforma meet institucional Universidad Distrital FJC. • Silenciar celulares**
- **Uso tapabocas.**