COMUNICO

EDICIÓN #2 - 2026

Novedades

Paso a paso: Marca personal

Club de Lectura “Letras Vivas”

Perfil Destacado Docente. Olga Lucía

Conmemoración

Día del trabajo Grados Comsocial

Perfil Egresado Yurgen Carrascal



@Comsocialufps

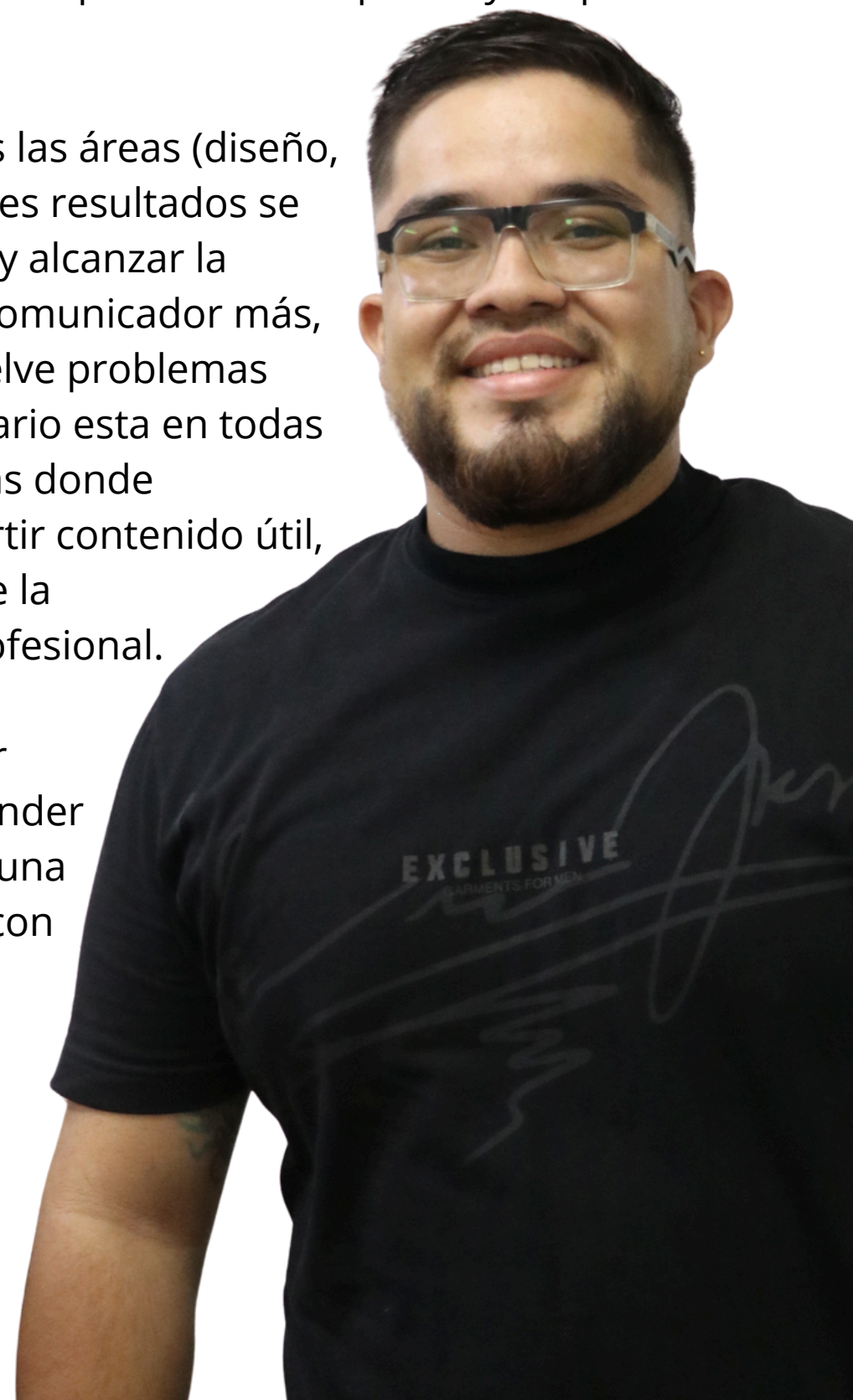
Universidad Francisco de Paula Santander
Vigilada Mineducación

Programa de Comunicación Social

¿CÓMO CREAR UNA MARCA PERSONAL?

La creación de una marca personal no es exclusiva de los influenciadores, representa la manera en que un estudiante se prepara para el mundo profesional desde la universidad. Bajo esta visión, el estudiante se proyecta como una pequeña empresa. Para que alguien decida contratarlo o colaborar con él, primero debe identificar qué lo hace especial y a quién puede ayudar con sus conocimientos.

Un error común es intentar abarcar todas las áreas (diseño, redes, redacción). Sin embargo, los mejores resultados se logran al enfocarse en un área específica y alcanzar la excelencia en ella. No se trata de ser un comunicador más, sino de convertirse en un perfil que resuelve problemas concretos. En redes sociales, no es necesario esta en todas las plataformas. Lo ideal es elegir aquellas donde se encuentra el público objetivo y compartir contenido útil, equilibrado con una muestra auténtica de la personalidad, sin descuidar la imagen profesional.



Uno de los mayores retos es asignar valor económico al trabajo. Es importante entender que el conocimiento en comunicación es una inversión, no un favor. Asumir la carrera con seriedad permite proyectarse como profesional incluso antes de graduarse.

Keila Ramírez

GUÍA PASO A PASO:

Paso 1:
Lluvia de ideas. Identificar fortalezas y habilidades destacadas.

Paso 2:
Conocimiento del público. Analizar no solo la edad, sino también hábitos, necesidades e intereses.



Paso 3:
Análisis de la competencia. Detectar fallas en el mercado para encontrar oportunidades.

Paso 4:
Definición de tarifas. Aprender a valorar el trabajo.

¡FELIZ DÍA DEL TRABAJO!

Cada primero de mayo se conmemora el Día Internacional del Trabajo, una fecha especial para reconocer a quienes, con su esfuerzo, aportan al desarrollo de la sociedad. Más allá de una celebración, es una invitación a reflexionar sobre el valor del trabajo en nuestras vidas.

Esta jornada recuerda las luchas históricas por condiciones laborales dignas. Hace más de un siglo, trabajadores sometidos a jornadas de entre 10 y 16 horas diarias alzaron su voz para exigir derechos básicos, como la jornada de ocho horas. A pesar de las pérdidas humanas que marcaron ese proceso, hoy este logro es una realidad.

En el marco de esta fecha, el programa de Comunicación Social reconoce la labor de quienes, desde distintos espacios, hacen posible su funcionamiento y crecimiento cotidiano.

Keila Ramírez



CRÓNICA DE UNA GRADUACIÓN INOLVIDABLE EN COMUNICACIÓN SOCIAL

El día 29 de abril no fue una jornada normal para el programa de Comunicación Social. Desde temprano, el campus empezó a llenarse de familias y abrazos.

Uno a uno, los nombres de los estudiantes fueron pronunciados. Ese llamado no solo representaba a un graduando, sino el esfuerzo que hay detrás: madrugadas, trabajos, trasnochos y dudas que hoy se convierten en el resultado de un título profesional.

En total, fueron 24 comunicadores sociales los que cruzaron esa puerta simbólica entre la universidad y el mundo laboral. Jóvenes provenientes de municipios como Cúcuta, Los Patios y Villa del Rosario, que ahora comparten una misma meta: ejercer la comunicación en un contexto que exige profesionalismo y criterio.

Al finalizar la ceremonia, las togas dejaron de ser protagonistas y dieron paso a los abrazos prolongados, las fotos familiares y las promesas de lo que viene. Porque, aunque el aula queda atrás, la responsabilidad de comunicar apenas comienza.



CLUB DE LECTURA "LETRAS VIVAS"

El Club de Lectura funciona como un espacio dedicado al análisis de obras literarias y al desarrollo de la escritura creativa. A través de encuentros periódicos, sus participantes discuten textos seleccionados con el objetivo de fortalecer la comprensión lectora y promover el intercambio de ideas.

Como complemento, el grupo ha incorporado un taller de microcuentos, orientado a la creación de relatos breves mediante técnicas narrativas de síntesis y alto impacto comunicativo.

Estos son algunos de los microcuentos que escribieron los estudiantes.

BAJO LA CAMA

Martin es un niño que le tiene miedo a la oscuridad, cada noche imaginaba monstruos bajo Su cama. Un día decidió encender una linterna y mirar lo que tanto le asustaba, bajó su cabeza y al ver que no había nada de bajo de su cama, solo sus sucios Zapatos viejos, entendió que el miedo crece cuando no lo enfrentas. Esa noche durmió tranquilo y aunque la oscuridad seguía allí, Ya no parecía tan aterradora como lo era para él.

FABIAN CORREA -1331798

Danita

Cuando él la llamó “Danita” por primera vez, ella se río.
Con el tiempo, ese nombre se volvió suyo.
Un día dejó de decirlo.
No hubo explicación, solo su nombre completo, frío.
Entonces entendió que no había perdido a alguien,
sino la forma en que la hacía sentir.

ISABELLA MORENO.

El abrazo que elegí

En lo alto de una colina, una niña vivía
con su abuela en una casita colorida.
Había perdido a su madre. Un día, del
agua surgió una silueta que prometió
devolvérsela. Dudó, pero recordó el amor
de su abuelita, corrió a casa a abrazarla.
Comprendió que, aunque no podía
recuperar lo que perdió, aún tenía algo
valioso que proteger.

DANIELA MENDOZA

El perro y la flor

Cada tarde, en el mismo parque, un perrito se sienta junto a una pequeña flor amarilla. Nadie sabe a quién espera. Mira el camino, mueve la cola cuando sopla el viento, como si oyera pasos lejanos. La flor crece a su lado, paciente. Ambos esperan. Uno por amor. La otra por sol. Y juntos descubren que esperar también es hogar.

ZHARICK VILLAMIZAR

YURGEN CARRASCAL

Egresado en 2022

PAE

OEA (Organizacion de Estados Americanos)

Ministerio de Relaciones Exteriores



Banco Interamericano de Desarrollo en Washington D.C.,

HUB Global Initiative,

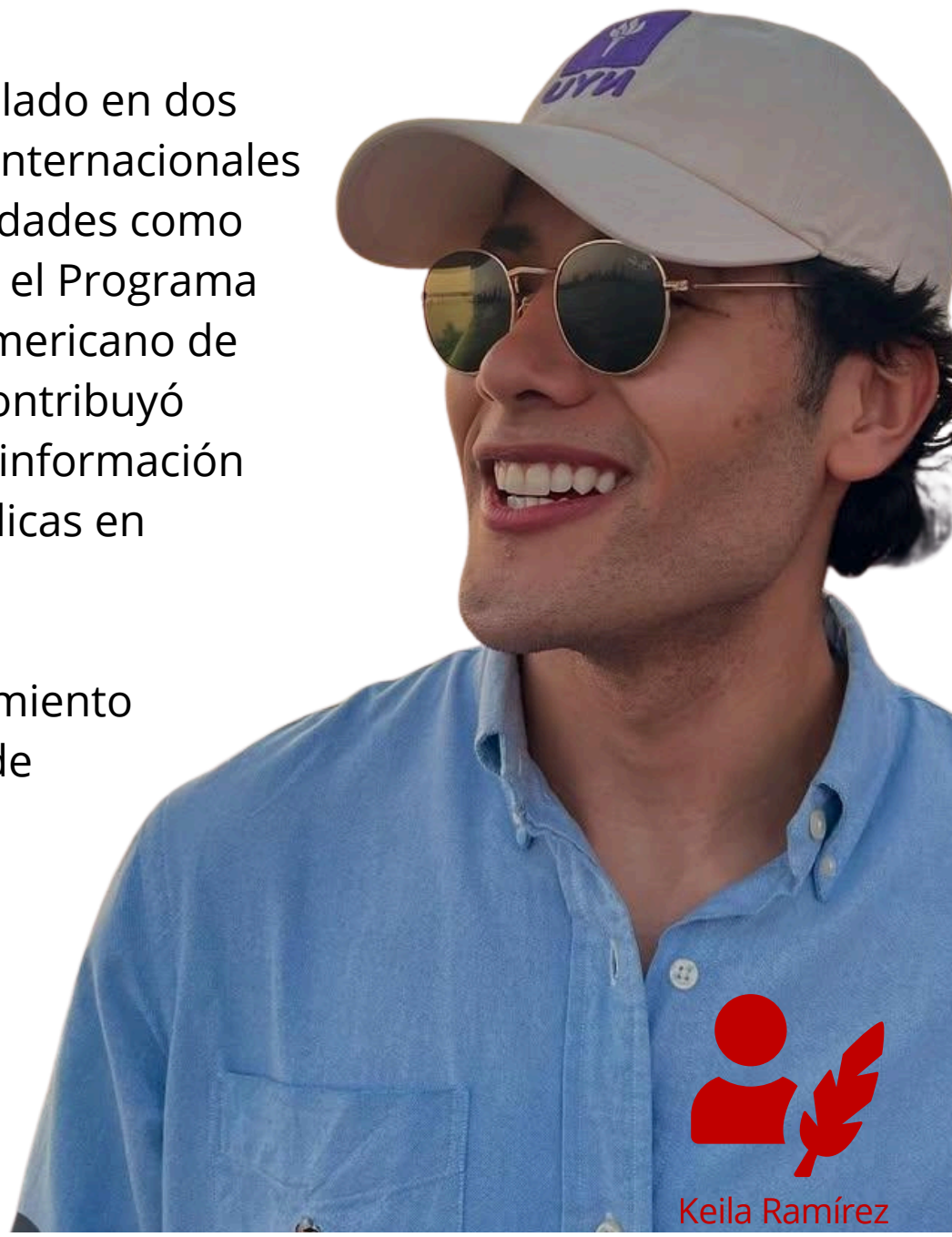
UN PERFIL QUE CONECTA LO LOCAL CON LO GLOBAL

El recorrido de Yurgen Carrascal Buelvas demuestra que la Comunicación Social no es un campo limitado a los medios, sino una herramienta estratégica para incidir en escenarios globales, sociales y políticos.

Egresado del programa, construyó desde temprano un perfil académico sobresaliente, marcado por la investigación, los intercambios internacionales y una formación integral que luego fortaleció con una maestría en Estudios Internacionales en la Universidad de los Andes, también con excelencia académica.

Su trayectoria profesional se ha desarrollado en dos grandes escenarios, las organizaciones internacionales y el sector público. Ha trabajado en entidades como la Organización de Estados Americanos, el Programa Mundial de Alimentos y el Banco Interamericano de Desarrollo en Washington D.C., donde contribuyó a traducir investigaciones complejas en información útil para la formulación de políticas públicas en América Latina y el Caribe. Entre otras.

Actualmente, lidera su propio emprendimiento social, HUB Global Initiative, desde donde impulsa alianzas estratégicas con embajadas y organizaciones, enfocado en fortalecer capacidades institucionales en territorios afectados por el conflicto. Paralelamente, desarrolla una experiencia internacional en el Reino Unido, trabajando en proyectos de desarrollo de economías locales.



Keila Ramírez

OLGALÚ

En un mundo donde la información viaja a la velocidad de un clic y la inteligencia artificial parece tener todas las respuestas, surge una pregunta fundamental: ¿qué hace a un comunicador realmente excepcional? Para la docente y estratega digital Olga Lucía Hernández, la respuesta no está en el software más reciente, sino en la capacidad de desarrollar pensamiento crítico y una curiosidad inagotable.

Egresada con énfasis en multimedia, su camino en lo digital comenzó en 2006, cuando conceptos como la reputación de marca online apenas emergían. Desde entonces, ha asesorado desde emprendimientos locales hasta grandes multinacionales.



Sin embargo, su mayor pasión hoy no es solo auditar crisis digitales, sino formar a quienes enfrentarán las del futuro.

Para ella, enseñar es un acto de rebeldía creativa. Bajo la premisa de clases “creativas y locas”, busca activar ambos hemisferios del cerebro de sus estudiantes.

Su metodología consiste en tratarlos como audiencias reales, hablándoles en su propio código y desafiándolos con simulaciones que los sacan de la comodidad académica para enfrentarlos al rigor del mercado laboral.

Keila Ramírez

MODA Y COMUNICACIÓN: EL NUEVO TEMA DE ÁPIRA

Ailin Mrad

La comunicación no se limita a las palabras; también se construye desde lo visual, lo simbólico y lo cotidiano. En este contexto, la moda emerge como un lenguaje capaz de transmitir identidades, posturas y realidades sociales, convirtiéndose en uno de los ejes centrales de Ápira, un espacio académico donde las ideas toman forma.



Hablar de moda y comunicación implica reconocer que cada elección estética comunica. La forma de vestir, los accesorios y los estilos no solo responden a tendencias, sino también a significados culturales, emocionales e ideológicos que influyen en la manera en que las personas se expresan.

Desde esta perspectiva, los estudiantes han desarrollado proyectos que evidencian cómo la moda funciona como un medio de comunicación. Algunos abordan la moda circular y el trabajo de diseñadores emergentes, destacando su impacto social, económico y ambiental.

Otros exploran accesorios espirituales y artesanales como símbolos de identidad, mientras que la marroquinería se presenta como una expresión que comunica historia y tradición.

Asimismo, estilos alternativos como el rock–punk se analizan como formas de comunicación disruptiva, donde la estética se convierte en un acto de resistencia y expresión social.

MODA Y COMUNICACIÓN: EL NUEVO TEMA DE ÁPIRA

En conjunto, estas temáticas permiten entender que cada prenda transmite un mensaje. Ápira se consolida así como un espacio donde los estudiantes no solo analizan la relación entre moda y comunicación, sino que la aplican en la práctica.

Más allá de los proyectos, el evento genera gran expectativa en la comunidad académica al abordar una temática conectada con la realidad contemporánea, donde la imagen y la identidad juegan un papel clave.

En un mundo cada vez más visual, comprender la moda como lenguaje resulta fundamental. Ápira invita a mirar más allá de la superficie y entender que comunicar también es diseñar, interpretar y vestir ideas.



Ailin Mrad

SEGUNDOS PREVIOS

Del 2 al 15 de Mayo

Consulta nuestras Redes Sociales
para conocer el calendario de previos.

@Comsocialufps

EQUIPO EDITORIAL

Coordinador del programa

Erwin Jácome Castilla

Correción de estilo

Docente: Hugo Gonzales

Redacción

Keila Ramírez Ropero
Ailin Adibe Mrad Rincón

Diseño y diagramación

Keila Ramírez Ropero

Apoyo Técnico

Docente: Brayan Díaz

@Comsocialufps

Universidad Francisco de Paula Santander
Vigilada Mineducación

Programa de Comunicación Social

CRÉDITOS