



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**

ESCUELA DE COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS DIGITALES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
DIGITAL

PEP 2024

Resolución de registro calificado No 010487 de 27 de
junio de 2024,

Tabla de contenido del PEP

1. Proyecto Educativo de Programa – PEP	4
1.1 Reseña y antecedentes históricos.....	10
1.2 condiciones de calidad: Registro Calificado	10
2. Propósitos de formación (principios y valores)	11
3. Misión y visión	12
4. Características curriculares. (Modelo pedagógico).....	12
4.1 descripción y fundamentación	13
4.2. Estructura Curricular	20
5. Estudiantes	21
5.1 Perfil del Aspirante:	21
5.2. Perfil del Estudiante.....	21
5.3. Perfil de Egreso:.....	22
5.4. Perfil ocupacional	22
6. Funciones Sustantivas.....	22
6.1 Docencia	22
6.1.1. Responsabilidades Generales.....	22
6.1.2. Funciones De Docencia (Objetivos educativos)	23
6.1.3. Funciones De Apoyo Académico	23
6.1.4. Perfil Docente.....	23
6.2 Investigación	24
6.2.1. Generalidades	26
6.2.2. Objetivos educativos	26
6.3 Proyección social.....	27
6.3.1. Lineamientos de Proyección Social.....	27
6.3.2. Formación de líderes.....	28
6.3.3. Objetivos educativos de emprendimiento.....	28
6.3.4. Objetivos educativos Egresados	29
6.3.5. Objetivos educativos Educación Continuada.	29
6.4 Lineamientos de Bienestar	30
6.4.1 Generalidades	30



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**

6.4.2. Objetivos de bienestar	31
7. Pilares Institucionales	32
7.1. Humanismo-Cristiano.....	32
7.2. Internacionalización:	32
7.3. El Emprendimiento.....	33
7.4. Formación Integral	33
8. Gestión académica administrativa.	33
9. Criterios de evaluación de calidad del programa.	34
10. Proyección Del Programa.....	37

INTRODUCCIÓN

Nombre de la Institución:	Universidad Sergio Arboleda
Domicilio:	Calle 74 # 14 – 14 Bogotá .
Nombre del Programa:	Comunicación Social y Periodismo Digital
Norma Interna de Creación:	Acta No. 68 del 22 de mayo de 1995
Órgano que lo Expide:	Consejo Directivo
Título a Expedir:	Comunicador Social y Periodista Digital
Duración del Programa:	8 semestres
Total de Créditos Académicos:	128 Créditos Académicos
Modalidad:	Presencial
Código del ICFES:	172843020701100000000
Periodicidad	Semestral

Fecha de grado de la primera promoción	15 de diciembre de 2000
---	-------------------------

El Proyecto Educativo del Programa (PEP) de Comunicación Social y Periodismo Digital de la Universidad Sergio Arboleda, se presenta con el ánimo de establecer su funcionamiento en coherencia con las políticas institucionales y su relación con los estudiantes, egresados, docentes y directivos.

Este PEP no es solamente el cumplimiento de una exigencia de la Ley, con miras a la reacreditación, sino ante todo una respuesta a los tiempos actuales, constituyéndose en oportunidad de cambio, pues genera la razón de ser de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, mediante la acción.

Desde esta perspectiva, el Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital, se acoge al Proyecto pedagógico institucional (PEI) y su modelo de resultados de aprendizaje; por tanto, existe y se sustenta bajo el principio de una formación integral e interdisciplinaria, con la interacción de los actores, los saberes y los escenarios para materializar la unión del ser, del saber y del hacer, como un escenario para el desarrollo permanente del conocimiento, la reflexión crítica y la construcción de nuevos principios



sociales inspirados en la democracia, la participación y la tolerancia.

La presente versión de este documento se constituye en el conjunto de lineamientos generales que orientan las funciones sustantivas de docencia, investigación, extensión e internacionalización en el contexto específico de la Carrera. Es por tanto, una mediación entre el Proyecto Educativo Institucional (PEI) y la Autoevaluación del Programa y al igual que ellos, es sometido a una revisión y adecuación permanente como reflejo del entorno cambiante en el que se circunscribe la Comunicación Social y el Periodismo en la era digital.

En síntesis, el presente documento contiene los lineamientos que orientan las acciones del Programa, en concordancia con el PEI y compendia los compromisos establecidos con la sociedad, la cultura y la ciencia, para la formación integral de personas comprometidas con las soluciones que requiere nuestro país, en especial los sectores más necesitados y en el contexto globalizado.

1.1 Reseña y antecedentes históricos.

El programa académico profesional en Comunicación Social y Periodismo Digital de la Universidad Sergio Arboleda (Bogotá) fue creado por el Consejo Directivo, según Norma Interna N° 68 del 22 de mayo de 1995. Su denominación es una consecuencia directa de la ya larga tradición de formación e investigación en Comunicación en el mundo y, especialmente, en América Latina. Este programa surge a partir de la iniciativa del Doctor Álvaro Gómez Hurtado, uno de los insignes fundadores de la Universidad junto con el Doctor Rodrigo Noguera Laborde. El programa fue aprobado en el año de 1995, bajo la resolución Icfes número 172843020701100000000, su primera decana fue la Doctora Diana Sofía Giraldo de Melo, posterior a su periodo le sucedió el periodista y editor general del periódico El Espectador Doctor José Salgar Escobar, luego de su retiro, la Doctora Giraldo de Melo regresó a la institución como Decana y después fue sucedida por el Doctor Antonio Roveda. En la Actualidad ocupa la Decanatura el Doctor Juan Francisco Lozano.

1.2 Condiciones de Calidad: Registro Calificado

El programa obtuvo registro calificado, conforme a la ley en el año 2005 y lo renovó en el año 2012, periodo en el que aprovechó para realizar una reforma curricular que lo hiciera más competitivo y vigente según las condiciones actuales de la disciplina y la profesión.

En consecuencia, el programa en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda reconoce y valida todas las dinámicas, tendencias y propósitos de formación que han orientado los estudios y titulaciones en Comunicación y Periodismo en Colombia y el continente, así como las normas, disposiciones, decretos y orientaciones que la propia comunidad académica nacional e internacional establece en términos de la formación, investigación y titulación de los comunicadores sociales y periodistas profesionales.

Dado que el programa es miembro y socio de la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación e Información – AFACOM (www.afacom.org) y su Director es el Vocal Zona Centro de dicha entidad; además de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS (www.felafacs.org), así como del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación – FISEC, entre otros, se reconocen los avances de la formación y las distintas perspectivas que sobre la Comunicación se plantean en la comunidad nacional e internacional.

2. Propósitos de Formación (Principios y Valores)

El Programa en Comunicación Social y Periodismo Digital de la Universidad Sergio Arboleda busca formar Comunicadores y Periodistas con capacidad crítica, analítica, interpretativa e investigativa para orientar a la opinión pública, mejorar los procesos de gestión y contribuir a solucionar los problemas de la sociedad colombiana en el marco de los procesos de globalización cultural, social, económica y política.

El propósito de la Escuela, en concordancia con el PEI, está fundamentado en los valores sociales y de orientación cristiana, bajo los principios de responsabilidad, imparcialidad, credibilidad, independencia, equilibrio y veracidad informativa. La Escuela en Comunicación Social y Periodismo promueve la formación personal, humanística y profesional, en el manejo de la comunicación y la información, de la gestión y de los medios y de las tecnologías digitales, acciones educativas y procesos de investigación, de tal manera que los miembros de la comunidad académica participen activamente en la búsqueda de respuestas acertadas que conduzcan al bienestar y desarrollo del país.

Desde esta perspectiva, las dimensiones del Programa en Comunicación Social y Periodismo Digital son:

- a) **Desde la dimensión universitaria:** *Reconoce el valor intrínseco de la ciencia y de las humanidades, de la tecnología, de la investigación, de los medios y de la creatividad, como factores indispensables para el crecimiento personal y comunitario.*
- b) **Desde la dimensión de comunicación:** *Concibe la comunicación como una práctica interpersonal y social, cuyo ejercicio es indispensable para el progreso y el bienestar de la comunidad, y considera la verdad como la esencia misma de la acción comunicativa. En concordancia con lo anterior, enseña y promueve los valores que fundamentan la credibilidad y desarrolla las habilidades comunicativas para asegurar la validez de la información, y para que el egresado pueda expresar libremente sus opiniones y convicciones.*
- c) **Desde la dimensión social:** *Entiende que la razón de ser de la acción comunicativa es el bienestar y el progreso de la sociedad, razón por la cual procura que el comunicador esté a su servicio. Espera que con sus comentarios y apreciaciones, penetre en la sociedad, y, contribuya a su mejoramiento.*
- d) **Desde la dimensión de gestión y uso de las Tecnologías Digitales:** *Promueve gestores que medien en las organizaciones sociales y en las empresas como una práctica de la comunicación que mediante el manejo de las TIC, estas alcancen altos niveles de eficiencia y eficacia.*

La pertinencia del Programa se sustenta en: a) La labor misional de la Universidad Sergio Arboleda en formar desde todos sus programas académicos de pregrado y postgrado a ciudadanos éticos, civiles, con formación humanista, cristianos y responsables con los demás y su entorno; b) La urgente necesidad de aportar desde el ejercicio de la docencia y la investigación al pensamiento, estudio y prácticas de la comunicación y el periodismo, a fin seguir contribuyendo a forjar un país más democrático, pacífico, desarrollado y responsable; c) La Misión de la Universidad Sergio Arboleda consiste en la formación de líderes integrales y humanistas, que desde la Comunicación Social y el Periodismo Digital generen un gran aporte a la ciencia, tecnología y a la práctica profesional; d) La inminente necesidad de formar un nuevo Comunicador social más capacitado y competente para asumir los retos de las ciencias y profesiones del siglo XXI; que pueda crear y gestionar programas, estrategias, proyectos, productos, medios y mensajes en Comunicación y Periodismo, para cualquier tipo de públicos, audiencias, medios, empresas y organizaciones.

En este sentido, el presente Programa es pertinente en formar un profesional que domine la comunicación social y el periodismo digital, que contribuya con la construcción de la sociedad y por una mejor información sobre los problemas que aquejan al país. Igualmente, el Programa se sustenta en la evolución de la comunicación y la transformación del periodismo debido al impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación, a la globalización y a los desarrollos sociales que conlleva a comprender la comunicación como interacción y un periodismo como una red moderna de información. Lo anterior, está en consonancia con el cambio social, lo digital y el desarrollo de nuevos formatos y prospectiva de la comunicación y del periodismo del siglo XXI.

3. Misión y visión

Misión del Programa

El programa de Comunicación Social y Periodismo Digital, promueve la formación humanística y profesional, en el abordaje de los problemas centrales de la comunicación y el periodismo, favoreciendo procesos académicos e investigativos, que conduzcan a la construcción del sentido crítico impactando la opinión pública, las organizaciones y la sociedad.

Visión del Programa

El Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda será reconocido como el más importante centro académico de formación y reflexión en el campo de la comunicación social; cuyo propósito central buscará propiciar la investigación, el pensamiento crítico, la inclusión de las tecnologías digitales en los medios y las mediaciones bajo las premisas de apertura y cambio.

Objetivos de formación Objetivo

General del Programa

Formar Comunicadores sociales y Periodistas con capacidad crítica, analítica, interpretativa e investigativa para orientar a la opinión pública, mejorar los procesos de gestión en el marco de la globalización cultural, social, económica y política.

Objetivos específicos

- Promover la formación personal, humanística y profesional, en el manejo de la comunicación y la información, de la gestión y de los medios y de las Tecnologías.
- Favorecer acciones educativas y procesos de investigación, de tal manera que los miembros de la comunidad académica participen activamente en la búsqueda de soluciones que conduzcan al bienestar y desarrollo del país.

El currículo del Programa en Comunicación Social y Periodismo se plantea desde la preocupación de construir su propuesta formativa a partir de áreas y componentes, con una visión amplia de su quehacer y de su entorno, de acuerdo con las tendencias actuales y con la realidad nacional e internacional. El Programa guarda coherencia entre el campo de conocimiento, resultados de aprendizaje, el alcance y la especificidad de la denominación, lo cual enfatiza en adelantar una formación profesional no sólo desde el saber disciplinar de la comunicación y del periodismo sino desde lo digital.

Objeto de estudio:

El objeto de estudio de la Comunicación Social y el Periodismo como profesión que combina dos amplios campos del pensamiento humano, centra su preocupación en la interacción humana, el diseño y uso de dispositivos tecnológicos de comunicación, las formas culturales, las relaciones de poder, la configuración de las subjetividades y los acontecimientos estéticos.

Además de los procesos de comunicación relacionados con la búsqueda, identificación, selección, verificación, intercambio y divulgación de contenidos de actualidad, de interés público, mediante distintas técnicas, soportes mediáticos, formatos y lenguajes.

4. Características curriculares. (Modelo pedagógico)

Elementos diferenciadores o sello del programa:

El programa se orienta a formar personas integrales con una comprensión holística del campo de las convergencias, en las que se potencie la construcción de saberes y competencias para el mundo actual de la comunicación social y del periodismo. Lo mencionado está relacionado con el dominio de las nuevas narrativas y lenguajes para diferentes plataformas digitales, estrategias organizacionales, resignificación de los medios de comunicación, uso y apropiación de tecnologías en el nuevo ecosistema comunicativo y periodístico.

Descripción y fundamentación

El currículo del Programa se diseñó con base en el enfoque de componentes en la medida en que es el que más se adecua a la formación del profesional que se requiere en el medio, es decir un Comunicador Social y Periodista con una visión amplia de su quehacer y de su entorno, de acuerdo con las tendencias actuales y con la realidad nacional e internacional. El diseño curricular se construyó en forma participativa como un planteamiento orientado a formar seres humanos integrales con un claro proyecto ético de vida y de espíritu de gestión, que se refleja en las competencias necesarias para la realización personal, el afianzamiento del tejido social y el desempeño profesional.

La formación que ofrece la universidad se orienta a promover en los estudiantes la apropiación crítica de la tradición occidental (Grecia, Roma, Cristianismo, Ilustración...) para, desde allí crear las condiciones que permitan un desarrollo verdaderamente humano. La pedagogía, como teoría de la práctica educativa, que formalmente se realiza en la Universidad Sergio Arboleda comprende, por lo tanto, la reflexión en relación con la comprensión del fenómeno educativo y el compromiso con su finalidad; el conocimiento y el desarrollo de competencias, habilidades, actitudes y valores en relación con los procesos de enseñanza-aprendizaje, todo lo cual exige el desarrollo de la acción comunicativa (comprensión, argumentación y proposición) y de la capacidad investigativa.

De esta manera, la filosofía en general, y particularmente las humanidades, orientan y proporcionan los criterios indispensables para la selección y organización de las experiencias que deben vivir los estudiantes de acuerdo con los procesos de crecimiento y desarrollo durante las actividades educativas.

La educación y especialmente la pedagogía son vistas, por lo tanto, como filosofía práctica, es decir, que si bien tienen que ver con actividades estrechamente relacionadas con distintas manifestaciones de la cultura, tiene que orientarse de manera interdisciplinaria. En sentido estricto, debe predominar en ellas la formación moral y ética que constituye, a la larga, lo propiamente humano.

Fundamentación

Desde comienzos del siglo XX, en el desarrollo de los estudios de la comunicación, se presentaron diversas conceptualizaciones, objetos de análisis, transición, resignificaciones, apropiaciones y problemas de investigación. En el enfoque positivista de las ciencias sociales, la comunicación fue determinada por el cumplimiento de una función que se limitaba a la transmisión de información de un lugar a otro, tal como lo propuso el modelo matemático de la comunicación (Escuela Funcionalista).

La irrupción del paradigma funcionalista y sus aplicaciones en el campo de la comunicación concentró la atención en la influencia y el análisis de los efectos de la comunicación en la sociedad, lo que condujo a una perspectiva lineal, efectista e instrumental de la comunicación. La Escuela de Frankfurt vio en la comunicación un dispositivo de poder y señaló que la industria cultural era la responsable de convertir la cultura en mercancía. Así lo entendieron los empresarios mediáticos, AFACOM (2013, p. 19) agrega que “los dueños de los medios de comunicación se convirtieron en herramientas de invasión ideológica”.

En lo concerniente a América Latina, el campo de estudios de la comunicación se formó entre las décadas de los setenta y mediados de los ochenta en medio de dos tendencias teóricas: “la del pensamiento instrumental de la investigación norteamericana y la del paradigma ideologizante de la teoría social latinoamericana” (Martín-Barbero, 1998). Posteriormente, se comenzó a discutir sobre campo y disciplina de la comunicación.

La comunicación es un campo cargado de transformaciones profundas en su definición, estudio y aplicación, reconoce como campo al periodismo. El objeto de estudio del periodismo se basa en un proceso contextualizado y de interacción que se enmarca en medios de comunicación tradiciones y alternativos, narrativas, lenguajes y estilos, el impacto de las tecnologías y su articulación con la cadena informativa, la producción y consumo de nuevos contenidos y las formas de uso que hacen de los mismos las audiencias. La comunicación es una de las actividades humanas que el mundo reconoce; es hablar el uno con el otro, es difundir información, es un proceso en donde hay un intercambio de sentido entre dos o más individuos, interacción social por medio de signos, y/o códigos que conforman el mensaje.

Es así que la comunicación social y el periodismo son campos de producción de conocimientos y de información. Por lo tanto, se hace necesario comprender la noción de campo planteada por el sociólogo Bourdieu (1998, p. 22) “los campos son espacios estructurados de posiciones objetivas, en las que hay reglas del juego y objetos por los que se juega. En cada campo hay intereses específicos que son irreducibles a los objetos e intereses propios de otros subcampos, y que sólo son percibidos por quienes están dotados del habitus correspondiente o una cultura de una época, de una clase o de un grupo. Este habitus es a la vez un sistema de esquemas, percepción y apreciación de producción de prácticas, sus operaciones expresan la posición social donde se ha construido la identidad de un país o de una persona en su actuar.

Precisamente, en el campo del periodismo, en primera medida, se construye una interpretación, una mirada que instaura un sentido y hace emerger explicaciones y lecturas de la realidad del país y del mundo. En segunda instancia, el campo es “productor-limitador de sentido, y promueve la existencia de objetos, discursos, sujetos, conocimientos y acciones” (Pereira, 2010, p.12). La noción de campo tiene que ver con la inclusión de otros actores tales como la sociedad, el Estado, los medios de comunicación masivos, la empresa privada, la academia, los profesionales, entre otros. Es así que se asume la noción del campo de la comunicación y del periodismo desde la perspectiva de Bourdieu (1998, p. 22) como “un sistema en el que las posiciones sociales se determinan en la interacción de sus elementos constitutivos”.

Este ecosistema presenta una hibridación entre comunicación y periodismo debido que ambos también se ocupan de la crisis vinculada a los cambios que experimentan las sociedades; la irrupción de las nuevas tecnologías; “el perfil futurista de los medios y por último una afirmación vocacional de las vicisitudes que ayer y hoy caracterizan al oficio del periodismo” (CAF, 2008, p.14). Es por eso que en este campo se encuentran miradas diversas que van desde la interacción humana, el diseño y uso de dispositivos tecnológicos de comunicación, las formas culturales, las relaciones de poder, la configuración de las subjetividades, los acontecimientos estéticos, los códigos y los mensajes periodísticos, entre otros.

Hernández & Garay (2005) consideran el mensaje como la expresión escrita, verbal o no-verbal de una idea, un sentimiento o una emoción relativa a un referente real o abstracto presente o ausente, utilizando, para ello, un código común para las personas que participan en el acto comunicativo. Roncagliolo (2009, p. 31) asegura que “El mensaje es el producto físico verdadero del emisor-codificador, cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; si gesticulamos, los movimientos de nuestros brazos, las expresiones de nuestro rostro constituyen el contenido”.

El discurso periodístico no se limita a una mera persuasión sobre el espectador, sino que

aspira a que su contenido primordial pase a formar parte de ese vasto receptáculo de la cultura que es el contexto (Castelló, 2002). El discurso es la forma en que un emisor puede expresar su mensaje de manera más eficaz ante los diferentes receptores, siendo claro, conciso y directo. Gomis (2008) expresa que el periodismo es el método de interpretación de la realidad social que permite descifrar y entender lo que pasa y ha pasado en el entorno mediante la producción de discursos y mensajes informativos. Stanton, Etzel y Walker (2007, p.51) lo conceptualizan como "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte", por lo tanto, es el intercambio y la interpretación de significado.

Barnhurst (2014, p.98) afirma que el periodismo es "un conjunto de prácticas que dentro del ámbito mayor de la comunicación, ha adquirido una condición especial a lo largo de una extensa historia que estableció una diferencia entre el intercambio de noticias y sus orígenes en la comunicación interpersonal". Dallal (2003, p. 57) asevera que "el periodismo es el acto de socializar rápida y efectivamente la información. La Real Academia Española (2020) lo define como una: "Actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico".

En la misma línea dice Hartmann (1988, p. 17) que el periodismo es la "narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden y coherencia especial". Rivadeneira (2007, p. 34) agrega que "el periodismo es la parte de la comunicación humana que está destinada a la transmisión de noticias y cuyas características esenciales son actualidad, universalidad, periodicidad y acceso público". El periodismo es relatar historias de las realidades a fin de no quedar históricamente silenciadas, invisibilizadas y, en algunos casos, estigmatizadas.

Esta fundamentación y evolución de la comunicación y del periodismo ha sido impactada por la revolución de las tecnologías de la información y de la comunicación, en cada una de las fases del proceso comunicativo y periodístico, también en la manera cómo estas convergencias se articulan e interactúan a la cadena informativa, el consumo de nuevos contenidos, las formas de uso que hacen las audiencias, el nuevo concepto en las redacciones, la implementación de una nueva ecología informativa y su incidencia en las rutinas, estilos y prácticas de la profesión.

Con la llegada de esta revolución 4.0, los espacios interactivos y las plataformas en internet, se ha planteado un gran reto para estos medios tradicionales y las organizaciones en general, y para dichos profesionales, de llevar sus contenidos a un lenguaje digital donde

el público objetivo tenga más acceso a la información, y al conocimiento. Estas transformaciones ocurridas en el campo de las comunicaciones han revolucionado las formas de producción, difusión y recepción informativa, además han alterado las relaciones de intercambio entre emisores y receptores debido a la convergencia digital (Pineda, Durante, Fernández, y Belandria, 2003).

Cebrián (2011) complementa que se pasó de la convergencia de medios a la convergencia multiplataforma con unas orientaciones de adaptación y creación de otros lenguajes en los que la navegación, hiperenlaces e interactividad se sitúan como ejes para el avance. Dicha multimedia se evidencia en una combinación de tecnologías, productos y espacios que antes eran independientes, hoy están integrados en diferentes plataformas (Singer, 2004).

Añade Scolari (2015) que la convergencia incide en múltiples esferas del quehacer periodístico: en las estrategias empresariales, en los cambios tecnológicos, en la elaboración, distribución y acceso de contenidos, y en el perfil profesional de los comunicadores y periodistas. Según Gutiérrez y De los Santos (2009), esta convergencia implica hacer referencia al “acercamiento de todas las formas de comunicación mediatizada en una forma electrónica y digital, impulsadas por los ordenadores” (p.34). Es decir, dicha convergencia implica romper las fronteras tradicionales existentes entre la comunicación, el periodismo, los diferentes medios, las habilidades profesionales y el rol del comunicador y del periodista (Tejedor, 2016).

Justificación

La “Comunicación” es un concepto-problema relacionado con un fenómeno sociocultural práctico, que como tal, puede ser estudiado con actitud científica constituyéndose en la base de un ejercicio profesional que aparece en la primera mitad del siglo XX. En sus comienzos supuso el estudio y la comprensión de los nacientes medios de comunicación y su actividad funcional en las sociedades urbanas (Modelo Funcionalista). Implicó estudios del lenguaje, la lengua, el habla, el texto, los signos, y la capacidad simbólica del hombre (F. Saussure- E. Cassirer); también incluyó el estudio de los medios, su relación con las sociedades y los movimientos urbanos del siglo XX (Modelo Estructuralista), además de la prensa hablada y escrita, el cine, y otros objetos relacionados con la significación.

También influyó el ambiente filosófico relacionado con el estudio de la Comunicación desde las “industrias culturales”, la reinterpretación del marxismo, para desarrollar una teoría crítica de la sociedad contemporánea (Escuela de Frankfurt), y la preocupación por comprender la comunicación y el periodismo guiados por el espíritu crítico (Racionalismo crítico). Ha implicado las miradas y valiosos aportes desde la Escuela Latinoamericana de la Comunicación (década del 70); desde la Comunicación



Organizacional o Institucional (década del 80), consecuencia lógica de la apertura y liberación de los mercados latinoamericanos al mundo y la rápida inclusión del sector financiero y bursátil al continente.

También la Comunicación se ha nutrido de los métodos, metodología y objetos de los estudios de la Antropología, Sociología, Lingüística, Psicología, Cibernética, Política y hasta de la Biología, la Etología y de los estudios sobre el comportamiento animal y la evolución filogenética y ontogenética de las especies, en el desarrollo de sus actos (Ejecutivos y Expresivos), hasta convertirnos en herederos de las competencias comunicativas como antecesoras de la cultura (Martín Serrano, 2009).

La Comunicación, como fenómeno sociocultural, susceptible de ser abordada en los procesos de formación e investigación académica, ha dado pie para el surgimiento de disciplinas científicas o campos de estudio privilegiados por los hallazgos y aportes de todas las ciencias sociales, de las artes y de las humanidades. Por lo tanto, no es un riesgo señalar que la “Comunicación” en sí misma, dada su herencia e interrelación científica, es, sobre todo, un saber complejo e interdisciplinario, múltiple y polivalente.

En tal sentido, el programa en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda se define dentro del concepto de Campo de Estudio, entendido como un escenario de poder y de tensiones interdisciplinarias, complejas y dinámicas, como lo señala Pierre Bourdieu, pues la comunicación es asumida como un fenómeno de orden social y humano, que implica la interrelación entre sujetos y actores sociales, situada en el ámbito de los estudios interdisciplinarios contemporáneos.

El desarrollo histórico de los estudios (formación) en Comunicación, se puede rastrear desde la creación de los Estudios de Periodismo de la Universidad de Columbia (Estados Unidos, 1890) y desde la Escuela Superior de Periodismo de París, fundada en 1899. En Latinoamérica las primeras escuelas de periodismo se fundan en los años 30; en 1935 en la Universidad Nacional de la Plata y ya 1936 en la Universidad Javeriana de Colombia, como parte de la Facultad de Filosofía y Literatura. Otros datos indican que Brasil, igualmente, por esos mismos años, creó programas de formación profesional de periodistas.

Según Raúl Fuentes Navarro (1996), en su texto "La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994", los primeros estudios profesionales en América Latina se inician como una clara emulación de los incipientes estudios de formación profesional que se sucedían en Europa y Estados Unidos. La formación profesional en Comunicación y Periodismo en el continente se desarrolla en la primera mitad del siglo XX.

La formación de periodistas, por aquel entonces, se centró exclusivamente en la formación de mano de obra para la prensa (escrita), dado que los medios de comunicación nacientes y de orden masivo empezaban desde ya a jugar un papel decisivo para las sociedades de masas urbanas.

En los años 60 cambian los programas de formación en comunicación; surge la preocupación por lo social y se amplía sensiblemente la mirada de los programas incorporando las Ciencias Sociales en sus planes de estudio. Los nuevos y complejos fenómenos contemporáneos y el considerable y creciente impacto de los medios de comunicación y de los periodistas en el entorno mundial y local, exigen que las escuelas de Comunicación y Periodismo incluyan, además, en sus planes de estudio las Humanidades, con el fin de formar más que un técnico del quehacer mediático, uncientífico social y un intérprete calificado de los fenómenos mundiales y locales. Una vez incorporados las ciencias sociales y las humanidades, hacia la década del 70 los programas de estudios en Comunicación y Periodismo enfatizan los conocimientos propios de la investigación social aplicada.

La década del 80, presenta un nuevo y complejo escenario para el mundo de la Comunicación y sus procesos de formación universitaria. Por un lado, desequilibrios en la producción de medios, mensajes y tecnologías, y por el otro, la economía Latinoamericana presenta altas tasas de desempleo, bajos niveles de producción, importación y de dependencia del capital extranjero, que coincidió con un retorno a las democracias continentales y la llegada de un nuevo sector financiero, que empezó a demandar un comunicador, más cercano a la administración y a la ingeniería industrial que a las Ciencias Sociales críticas y contestatarias, obedeciendo a "...los intereses del mercado publicitario... como un brazo de la administración y la gerencia... la comunicación se aleja de las ciencias humanas y sociales... se asume como marketing y herramienta empresarial, dejando a un lado todo el acumulado histórico y cultural que la comunicación había construido por cerca de 50 años" (Roveda, 2009).

En la década del 90, las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), conducen a otro modelo de formación y reconfiguran no solo los planes y los objetos de estudio de la Comunicación, sino que además disparan el crecimiento y demanda de estudios profesionales en Comunicación y Periodismo en América Latina y generando nuevos componentes y áreas de formación con base en competencias. Colombia no podía estar al margen de estos acontecimientos, cuestión que llevó al Dr. Rodrigo Noguera Laborde, Rector de la Universidad Sergio Arboleda, a proponer al Consejo Directivo de la Universidad, la creación de la Escuela Comunicación Social y Periodismo (Acta número 68 del Consejo Directivo del 21 de junio de 1995). La propuesta que fue apoyada y promovida por el Dr. Álvaro Gómez Hurtado, miembro del Consejo Académico y reconocido por su talante de humanista, de periodista y de líder democrático.

El siglo XXI se presenta con nuevos saberes, retos en las ciencias, las disciplinas, las artes y las profesiones. La primera década de este siglo obliga pensar en profesiones polivalentes dada la fragilidad y dinamismo de los mercados laborales, especialmente los relacionados con los medios de comunicación y las nuevas organizaciones. La incorporación del concepto de “competencias” en la formación, en las empresas y en las organizaciones, ha obligado a que los planes de estudio organicen sus estructuras curriculares más en una formación para la Gestión en Comunicación y el liderazgo, que en el almacenamiento de conocimientos a veces inconexos, descontextualizados y lejanos del ejercicio práctico de la profesión.

Las nuevas estructuras curriculares en comunicación centran su proceso en formar un profesional estratégico, versátil, que se encuentra en capacidad de desempeñarse en diferentes medios, empresas, organizaciones y diversos escenarios laborales. Este modelo de formación no olvida los rasgos y alcances logrados por modelos anteriores, no desecha el acumulado histórico y apunta a formar en pensamiento más estratégico de la comunicación (Roveda, 2010).

Una vez planteada la fundamentación de la comunicación y del periodismo impactada por la TIC, a continuación, se presenta La relación de Créditos Académicos del Programa. Se detallan los propósitos de formación, perfiles, núcleos problémicos, competencias, resultados de aprendizaje y perfil ocupacional y de egreso. Para la relación de los Créditos Académicos se tuvieron en cuenta las perspectivas teóricas, prácticas y metodológicas de la profesión en sus diferentes campos de la comunicación y del periodismo, de los medios, de las humanidades y de la investigación, lo cual guarda coherencia entre el campo de conocimiento, competencias, el alcance y la especificidad de la denominación.

La relación de Créditos Académicos se distribuye así:

COMPETENCIA EN FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN	20 CRÉDITOS
COMPETENCIA EN ENTORNOS DIGITALES	18 CRÉDITOS
COMPETENCIA EN INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	14 CRÉDITOS
COMPETENCIA EN DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LAS ORGANIZACIONES	14 CRÉDITOS
COMPETENCIA EN PERIODISMO DIGITAL	16 CRÉDITOS
COMPETENCIA EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	12 CRÉDITOS
COMPETENCIA EN RADIO Y CONTENIDOS SONOROS DIGITALES	6 CRÉDITOS

La anterior tabla articula los créditos académicos con las áreas curriculares en correspondencia con los perfiles y la integración de las competencias, asignaturas y componentes del Programa de acuerdo con las necesidades de los contextos regionales y departamentales del país. Esta relación de Créditos Académicos se apoya en las funciones sustantivas de docencia, investigación y de proyección social, las cuales se fundamentan en conocimientos, métodos, contenidos y producción de contenidos para diferentes contextos, con un enfoque teórico y práctico que rige la modalidad currículo integral.



Objeto de estudio

Para AFACOM el objeto de estudio de la Comunicación Social y el Periodismo como profesión que combina dos amplios campos del pensamiento humano, centra su preocupación en la interacción humana, el diseño y uso de dispositivos tecnológicos de comunicación, las formas culturales, las relaciones de poder, la configuración de las subjetividades y los acontecimientos estéticos. Además de los procesos de comunicación relacionados con la búsqueda, identificación, selección, verificación, intercambio y divulgación de contenidos de actualidad, de interés público, mediante distintas técnicas, soportes mediáticos, formatos y lenguajes. El programa se suma a esta definición y la asume desde una mirada ecléctica, en dónde el dinamismo de la profesión favorece la ruptura de paradigmas de manera continua, razón por la cual dicho objeto de estudio no se concibe como una definición estática, sino por el contrario como una apuesta dinámica constante.

Características del plan de estudios:

Pertinencia: El Programa responde a los intereses de orden regional, nacional e internacional, a las exigencias ocupacionales, especialmente con los medios de comunicación e información, a las tendencias modernas relacionadas con el aumento del conocimiento, al uso de las tecnologías digitales y a las exigencias de un mundo globalizado que exige interactuar con competencia, idoneidad, propiedad y eficiencia en diferentes escenarios.

Flexibilidad: El Programa es flexible en tanto que permite la movilidad de acuerdo con las necesidades e intereses de los alumnos; es susceptible de modificación según las recomendaciones de la comunidad académica y de expertos nacionales o internacionales y permite su revisión y ajuste permanente, siempre, teniendo en cuenta los procesos de autoevaluación y los avances del conocimiento. La flexibilidad y transversalidad del programa se evidencia en lo siguiente:

1. Está integrado con los currículos de los otros programas académicos de la Universidad.
2. Cuenta con un portafolio de alternativas (cursos o asignaturas) que dan la posibilidad de compartir con otras Unidades Académicas asignaturas para enriquecer los estudios o para llevar a cabo una doble titulación.
3. Permite a los estudiantes definir rutas de formación que respondan a sus intereses y ajustar la formación de acuerdo con su proyecto de desarrollo profesional.
4. Forma en conceptos básicos y permite la transición a otros programas.
5. Ofrece opciones de profundización, líneas de formación complementarias, electivas y cátedras opcionales propias de profesión y de la institución.
6. Las líneas de formación complementaria están conectadas con programas de postgrado, lo cual le permite al estudiante que en su pregrado adelanta algunos contenidos programáticos de especialización, de tal suerte que al culminar el pregrado tiene adelantado cierto porcentaje del postgrado y se reduce el tiempo de escolaridad de éste.
7. La Escuela permite que los estudiantes cursen simultáneamente una segunda carrera.

Articulación: El Programa está organizado de una manera secuencial y gradual; las asignaturas están relacionadas de manera vertical y horizontal según ciclos de fundamentación y profesionalización; además hay líneas de profundización. De esta manera, se ofrece un proceso de formación integral debidamente articulado.

Integralidad: El Programa tiene en cuenta todas las dimensiones de formación del ser humano (física, intelectual ética y moral, emocional y estética), igualmente contiene los componentes, competencias, áreas y disciplinas propias de la profesión, y promueve los elementos que identifican nuestra identidad nacional y sello institucional.

Lineamientos Pedagógicos.

Considerando inicialmente que el método de enseñanza no es un fin, sino un medio para lograr el aprendizaje, el programa de Comunicación Social y Periodismo adopta una metodología de enseñanza activa y cooperativa basada en el trabajo responsable del estudiante, bajo la orientación, asesoría y seguimiento cualificado y permanente del docente, que debe manifestarse en el tiempo y la dedicación necesaria fundamentación y profesionalización; además hay líneas de profundización. De esta manera, se ofrece un proceso de formación integral debidamente articulado.

Integralidad: El Programa tiene en cuenta todas las dimensiones de formación del ser humano (física, intelectual ética y moral, emocional y estética), igualmente contiene los componentes, competencias, áreas y disciplinas propias de la profesión, y promueve los elementos que identifican nuestra identidad nacional y sello institucional.

Lineamientos Pedagógicos.

Considerando inicialmente que el método de enseñanza no es un fin, sino un medio para lograr el aprendizaje, el programa de Comunicación Social y Periodismo adopta una metodología de enseñanza activa y cooperativa basada en el trabajo responsable del estudiante, bajo la orientación, asesoría y seguimiento cualificado y permanente del docente, que debe manifestarse en el tiempo y la dedicación necesaria.

4.2. Estructura Curricular:

La Estructura Curricular del programa en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda, se circunscribe en el área disciplinar específica de la comunicación cuyo objeto de estudio es la comunicación social y el periodismo, los medios, las organizaciones y la tecnología. Sus orientaciones metodológicas se centran en lo teórico práctico con énfasis en el pensamiento crítico y la gestión de mediación social; sus campos de acción están orientados a los procesos comunicativos, medios de información, transformaciones sociales, manejo ético y político de las problemáticas de nuestro país

Articulación entre los Componentes del Currículo:

Las asignaturas, como se observa en el plan de estudios, se encuentran agrupadas en componentes. Cada componente es orientado por un Coordinador, cuya función es asumida por un docente de Tiempo Completo, quien tiene la responsabilidad fundamental de integrar conceptualmente las temáticas que se desarrollan en cada una de las materias pertenecientes al Componente, de tal manera que se garantiza complementariedad entre los mismos, con sustento relacionante y metodología compaginante.

De otra parte, los Coordinadores de Competencias están en permanente contacto para igualmente entroncar los componentes y darle cuerpo e integralidad a la formación disciplinar del profesional. Cabe afirmar que esta estructura no permite la posibilidad de fractura o aislamiento de contenidos, aún, en el escenario de que algunas asignaturas sean dictadas por profesores catedráticos, quienes necesariamente estarán bajo la tutela de los Coordinadores de Componentes y estos a su vez del director del programa. Además de lo anterior, los Coordinadores de Componente tendrán a cargo la orientación de las líneas de investigación en donde convergen los proyectos de grado, lo que refuerza aún más la idea de integralidad.

La organización de las asignaturas y de los contenidos curriculares que se orientan en ellas tiene estrecha relación con las áreas, denominación del Programa y con el título profesional que otorga: Comunicador Social y Periodista Digital. A lo largo del proceso de formación se identifica un enfoque claro que responde a un perfil del comunicador social y Periodista acorde con las necesidades y expectativas regionales, nacionales e internacionales.

Dicho plan de estudios cumple con el currículo integral que comprende el pensamiento crítico y analítico: estrategias narrativas, competencias digitales, actuación y discernimiento ético, conceptualización de problemas, actividad investigativa y desempeño pragmático, compromiso social, respeto a la diferencia y responsabilidad ciudadana, dominio del discurso audiovisual y de la producción escrita, competencias cognitivas, comunicativas, periodísticas y socio afectivas, acercándose a la comprensión de los medios de comunicación y la organizaciones, la cultura y la comunicación.

5. Estudiantes

5.1. Perfil del Aspirante:

Los candidatos a ingresar al programa de Comunicación Social y Periodismo de la Sergio Arboleda, se caracterizan por ser personas sensibles al cambio social, con espíritu innovador, con inquietud sobre los problemas que afectan a nuestro país y al mundo, conciencia social y comprometidos con su aprendizaje y dispuestos a interactuar con la comunidad y buscar la verdad.

5.2. Perfil del Estudiante:

Gracias a la formación ofrecida y a las competencias que se propone, nuestro estudiante parte de la actualidad para propiciar cambios sustanciales en la inclusión de las tecnologías digitales, los medios y las mediaciones, a la luz de la flexibilidad que otorga el plan de estudios propuesto, la transversalidad y la interdisciplinariedad propia de la profesión.

5.3. Perfil de Egreso:

Un egresado del programa, reconoce los temas centrales de la comunicación y del periodismo digital, la producción audiovisual, el lenguaje sonoro radial y sus contenidos. Conoce las dinámicas propias de los medios de comunicación y domina los aspectos fundamentales del direccionamiento estratégico de las organizaciones

Así mismo, conoce los principios de la Comunicación estratégica y el posicionamiento en las organizaciones, siendo capaz de emprender proyectos de innovación fundamentados en la creación de imagen lenguaje sonoro y animación gráfica.

El egresado demuestra habilidades de gestión comunicativa en entornos digitales, gestiona proyectos de construcción de contenidos para plataformas digitales y aborda las tareas retos con actitud abierta al aprendizaje y a la innovación.

El egresado de comunicación social y periodismo digital, demuestra de forma permanente el humanismo en su actuar profesional, impactando con credibilidad en la opinión pública gracias a sus amplios conocimientos en el periodismo.

5.4. Perfil ocupacional:

El profesional graduado del programa de comunicación social y periodismo de la Sergio Arboleda está capacitado para desempeñarse con idoneidad en los siguientes cargos: Director, editor, reportero, y corresponsal, presentador, locutor en medios de comunicación públicos o privados a nivel nacional e internacional. Además, como director de organizaciones académicas, económicas, sociales, políticas y culturales. Ocupar cargos de gestión en organización, consolidación y creación de empresas. De acuerdo a su formación.

Dicho profesional en diferentes empresas que soliciten experticia en conocimiento sobre el funcionamiento de la convergencia digital, con especial atención en los medios de comunicación masivos y alternativos; responder a las necesidades de la sociedad red y a las realidades aumentadas; adecuarse al nuevo ecosistema comunicativo y planificar estrategias de comunicación; conectar ideas y entender los mensajes del mundo que le rodea, a fin de darle sentido y contexto.

Resultados de aprendizaje

Se definen los resultados de aprendizaje como los desempeños conceptuales, procedimentales, tecnológicos, disciplinares, actitudinales y contextuales que se espera que los estudiantes alcancen y sean capaces de demostrar al finalizar su proceso de formación. A continuación, se presenta la transversalidad y coherencia del programa, mediante la correspondencia entre los principales componentes de la estructura curricular: Núcleos problémicos, competencias y resultados de aprendizaje.

Núcleo problémico	Competencias	Resultado de aprendizaje
Fundamentos de la Comunicación	Capacidad para interpretar la comunicación como un campo de estudios de acuerdo con las transformaciones globales	Define y aplica la comunicación y el periodismo como campo de estudio en el contexto social.
	Capacidad para aplicar procesos comunicativos y periodísticos en espacios contextualizados y de interacción en empresas de comunicación tradiciones y alternativos.	Aplica las narrativas, lenguajes y estilos a la cadena informativa, la producción y consumo de nuevos contenidos para la sociedad
	Capacidad para analizar el contexto evolutivo del pensamiento científico sobre el campo de la comunicación y del periodismo	Analiza las transformaciones epistemológicas que han marcado el desarrollo y evolución de la comunicación y del periodismo para ser aplicado

		en contextos sociales y mediáticos
Periodismo Digital	Genera una proyección social transformadora, mediante una producción comunicativa y periodística creativa, atractiva, pedagógica y de fácil comprensión y recordación en diferentes escenarios sociales y plataformas digitales.	Desarrolla con eficiencia un nuevo ecosistema comunicativo y periodístico apoyado en tecnologías y en nuevos contenidos y narrativas para la sociedad y las empresas 4.0.
	Domina el discurso comunicativo y periodístico, sus potencialidades expresivas acordes con la inmediatez, la producción, la accesibilidad y la interactividad.	Masifica la participación, la memoria cultural, la interacción con las etnias y conoce otras formas de conversación, de expresión simbólicas, narrativas y lenguajes particulares en diferentes contextos regionales de nuestro país.
	Capacidad para visibilizar las realidades de las ciudadanías a través de microhistorias alternativas para dar prioridad al ejercicio democrático.	Sabe impulsar y dinamizar procesos de interacción, participación, inclusión y educación para la sociedad en general.
Direccionamiento Estratégico de las Organizaciones	Motiva el diálogo con los públicos y genera relaciones de influencia mutua para optimizar las empresas.	Aprende la comunicación interna y externa de las organizaciones, de manera que el discurso no sea fragmentado y pueda ser compartido por quienes tienen alguna relación con ella.
	Domina la comunicación estratégica para crear, gestionar y aplicar flujos de información a las diferentes organizaciones.	Integra lo particular con lo general, para gestionar y desarrollar estratégicamente planes de comunicación para optimizar los flujos de información de las organizaciones.
	Conoce la acción comunicativa para ser desarrollada con el fin de alcanzar determinada meta propuesta por la organización.	Sabe evaluar las reacciones y decisiones de sus receptores para
	Crea modelos de comunicación estratégica y aplica diferentes metodologías para optimizar la imagen institucional.	Sabe conjugar elementos comunicacionales de tipo social y administrativo para posicionar la imagen institucional.
	Conocimiento de las tecnologías aplicadas a la comunicación para usarlas de manera adecuada en las diferentes fases del proceso	Conoce la planificación, aplicación y evaluación de las tecnologías para aplicarlas adecuadamente a la producción



UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA

Entornos Digitales	de creación de contenidos para múltiples plataformas mediáticas según sus audiencias.	de narrativas y lenguajes interactivos.
	Suficiencia crítica, analítica y reflexiva en la implementación y manejo de soportes tecnológicos para prensa, radio, televisión e internet.	Crea estrategias tecnológicas para que las audiencias participen en los procesos innovadores y en la producción de contenidos
	Competente en la planeación y sistematización de información para evaluarla, seleccionarla y transmitirla con apoyo tecnológico a diversas audiencias.	Diseña, desarrolla y gestiona contenidos digitales, interviniendo en proyectos de comunicación digital con innovación, creatividad y autonomía, acorde a los requerimientos y funcionalidad de las TIC.
Investigación e Innovación	Aplica la investigación para la producción de contenidos multimedia, usando nuevos discursos, lenguajes y narrativas para diferentes nuevas audiencias	Aplica las diferentes metodologías, métodos e instrumentos de investigación para crear nuevos contenidos socioculturales.
	Comprender la importancia de la investigación y su articulación con la comunicación, las innovaciones tecnológicas los usuarios, las relaciones, redes y comunidades.	Desarrolla técnicas de investigación para la transformación del ecosistema de la comunicación a través de proyectos que beneficien el progreso de la sociedad.
	Domina diversas fases de la investigación para afrontar la cultura híbrida de comunicación mediática, marcada por la convergencia digital en sus distintas dimensiones y en la multiplicación de nuevas plataformas, herramientas y formatos de recepción y transmisión.	Crea procesos de investigación en el nuevo ecosistema de la comunicación, e introduce otras formas de hacer comunicación y periodismo basadas en los procesos de interactividad, navegación, hipermediación e hipertextualidad que permite la convergencia mediática.

6. Funciones Sustantivas

6.1 Docencia

6.1.1. Responsabilidades Generales:

- *Velar por el cumplimiento y operación del Proyecto Educativo Institucional (PEI) en su área de responsabilidad.*
- *Cumplir con los compromisos académicos y/o administrativos adquiridos a la firma del contrato de vinculación a la institución.*
- *Apoyar a las autoridades educativas, personal de servicio y compañeros en la ejecución de los planes y programas institucionales.*
- *Participar en la vida comunitaria y cívica de la Institución, vinculándose de manera activa a los eventos académicos, culturales, sociales, artísticos y/o deportivos que ésta programe.*
- *Presentar ante su superior inmediato, el planeamiento de sus actividades académico – administrativas, de acuerdo con las orientaciones establecidas por la Institución.*
- *Mantener la confidencialidad de los documentos e información que le son confiados o a los cuales tiene acceso en razón del cumplimiento de sus funciones.*

6.1.2. Funciones de Docencia (Objetivos educativos)

- *Desarrollar adecuadamente el programa de cada uno de los cursos a cargo, asignados institucionalmente de acuerdo a la programación académica establecida.*
- *Realizar tutorías y seguimiento a los estudiantes que lo requieran.*
- *Preparar, enseñar y evaluar sus clases y sus diversas actividades educativas, procurando los más altos niveles de calidad y competitividad en su práctica educativa.*
- *Atender las inquietudes y necesidades de los estudiantes y de los acudientes y padres de familia*
- *Realizar la planeación, el desarrollo y la evaluación de sus clases, atendiendo los lineamientos y criterios establecidos por las directivas de la Institución.*

6.1.3. Funciones De Apoyo Académico

- *Realizar el diseño, la revisión y actualización de los contenidos temáticos de los cursos del área.*
- *Asistir a las reuniones y comités a los cuales haya sido convocado.*
- *Participar de uno de los proyectos que esté realizando el programa sobre ejercicios pedagógicos, investigativos o de proyección social*
- *Realizar material didáctico relacionado con el área que maneja*
- *Entregar a tiempo los documentos o información correspondientes a su trabajo, a las instancias y dependencias que los exijan.*
- *Las demás funciones asignadas para la ejecución de actividades referente a las funciones sustantivas de la institución (Docencia, Investigación y Proyección Social)*
- *Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato o mediato y que sean de su directa competencia y responsabilidad.*

6.1.4. Perfil Docente.

Los docentes del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda, son profesionales integrales reconocidos en el medio, con una alta formación académica y pedagógica, espíritu crítico y ético con sus estudiantes y la comunidad, comprometidos con los valores institucionales para la transformación de la sociedad colombiana.

El docente del programa es un Comunicador (a) Social – Periodista o profesional en Ciencias Sociales y Humanas, con formación posgradual (maestría y/o doctorado) en Ciencias Sociales y Humanas, con producción académica y científica vinculada a la construcción y deconstrucción de fenómenos y objetos de estudios, teorías, escuelas.

modelos y autores en comunicación. Es un profesional con experiencia y formación docente en Educación Superior.

6.2 Investigación

Lineamientos de Investigación:

La investigación en la Escuela de Comunicación Social y Periodismo comprende la investigación científica propiamente dicha y la investigación formativa, según se conciba como producción de nuevo conocimiento o como estrategia pedagógica.

La Escuela de Comunicación Social y Periodismo, cumple en la investigación con la creación y producción del nuevo conocimiento, de acuerdo con las características propuestas en el proyecto educativo institucional.

En la Investigación se mantiene una interacción con comunidades académicas, con el propósito de crear y promocionar redes de investigación, fomentar la interdisciplinariedad y participar con otras instituciones y centros de investigación en la realización de encuentros para intercambiar experiencias investigativas. Mantiene relaciones nacionales e internacionales con respecto a la investigación con diversas instituciones que trabajan temas afines.

Las líneas de investigación activas en el programa son

- Comunicación, cultura y medios
- Comunicación Estratégica
- Periodismo y Narrativas.

Estas líneas de investigación están en consonancia con las líneas de investigación institucionales (dimensión macro); para luego, desde los intereses de Escuela y Áreas Transversales definir los enfoques disciplinares de este programa (dimensión micro). La profundización y formulación de estas líneas disciplinares de la Escuela están en articulación con las Áreas Prioritarias de Investigación (API) y las Actividades de investigación e innovación (ACII) propias de la Universidad Sergio Arboleda, entre ellas, las más afines: Humanismo Cívico y Transformación Cultural, Innovación, Comunicación digital y Educación inclusiva y Gestión empresarial y Negocios. Humanismo Cívico y Transformación Cultural: investigaciones que aporten a la construcción social mediante el desarrollo y fomento de una cultura humanista.

A continuación, se explica cada línea:

Comunicación, cultura y medios

La comunicación y el periodismo están sufriendo cambios debido a la convergencia digital, la penetración y uso de internet, la producción de contenidos multimedia, los nuevos discursos, lenguajes y narrativas, nuevas audiencias, manejo de dispositivos móviles para la emisión y recepción de mensajes, la gestión de la información, las prácticas de comunicación y los procesos socioculturales.

En este sentido, se está frente a la transformación del ecosistema comunicativo que exige comprender lo que está ocurriendo en un campo como es la comunicación, el cual además de las aceleradas innovaciones tecnológicas producen un escenario articulado entre usuarios, relaciones, redes y comunidades que están redefiniendo los medios, las TIC, las industrias culturales, la comunicación, la educación, la formación y las profesiones.

Por las razones expuestas, es necesario investigar la transformación que está viviendo el ecosistema de la comunicación enmarcado en los cambios culturales y de los medios, con el fin de configurar las nuevas tendencias del campo de la comunicación en este proceso de convergencia tecnológica.

Convergencia Tecnológica: son aquellas tendencias digitales aplicables en los diferentes ámbitos sociales, para García (2012, p 1), esta “aumenta las capacidades humanas aún más que cada tecnología independiente considerada”, no obstante, Jenkins (2008, p. 2) deduce que la convergencia se produce de las distintas interacciones sociales.

Ortiz (2009) indica que la convergencia tecnológica está ligada a los procesos sociales, marcados en el ámbito histórico de las TIC, que se han extendido por las esferas públicas, siendo un soporte en los medios de comunicación. También, aborda los campos de la comunicación, cultura y medios; sin embargo, no es solo una transformación de las viejas tecnologías a las nuevas, sino es todo un estudio social y humano creando múltiples oportunidades de crecimiento a partir de la investigación de estos temas

En razón con lo anterior, la formulación de una de las líneas de investigación disciplinares del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda: **Comunicación, Cultura y Medios**, fue un proceso de consulta y discusión entre docentes, investigadores y líderes de investigación que arrojó como resultado una propuesta de estudio y análisis de problemáticas, intereses y tendencias de la comunicación.

Comunicación Estratégica:

La comunicación estratégica se ha convertido en un campo de estudio sobre el que mucho se ha investigado y escrito y, sin embargo, sigue estando, como la comunicación misma, en construcción. Cada vez más organizaciones se dan cuenta de su utilidad, que se centra de manera específica en las posibilidades que permite para gestionar la comunicación. Surge de diferentes disciplinas y en momentos diferenciados de la Historia, y da respuesta a necesidades de diverso tipo de entidades, por lo que es un ejemplo de conocimiento

interdisciplinar. Es, asimismo, un modelo que se ha extendido hasta hacerse universal, por la facilidad de comprenderlo y practicarlo en múltiples situaciones y por distintos actores, sean éstos personas u organizaciones.

La comunicación estratégica está determinada por las premisas en las que se fundamenta. Una de ellas es la necesidad de que la organización conozca al detalle el entorno en el que opera y determine cuál es su posición en él. Para conseguirlo, se vale de elementos de investigación y análisis que, de una parte, arrojan información actual acerca de las características de ese entorno y, de otra, posibilitan tener un escáner de lo que piensan los públicos que están en él, sobre lo que es la organización y lo que esperan de ella. De modo inverso, y como resultado de un proceso de diálogo y discusión, los grupos también obtienen información acerca de los intereses y aspiraciones de la entidad.

La apertura hacia el entorno, materializada en el diálogo con los públicos, genera relaciones de influencia mutua. Esta es una característica que los estudios más recientes adjudican a la comunicación estratégica y que ha obligado a las entidades a aclararse a sí mismas qué son y qué buscan y, en consecuencia, a edificar un discurso que refleje sus aspiraciones. En esta construcción prima, entonces, una mirada global acerca de lo que es la organización, de manera que el discurso no sea fragmentado y pueda ser compartido por quienes tienen alguna relación con ella.

Esta última característica relaciona otra que se adjudica a la comunicación estratégica y que consiste en acoplar las diferentes partes de un todo y generar ideas que dan sentido de unidad. En términos de las organizaciones, implica que las tareas de cada una de las áreas o el trabajo de los empleados, se orienta a la búsqueda de un resultado compartido que es el que aporta sentido a las labores cotidianas. Se juega, de este modo, con lo específico, articulado a lo general, lo que en términos estratégicos se ha conocido como la diferencia entre lo táctico y lo propiamente estratégico, aspectos que son complementarios.

En términos comunicacionales, la mirada que permite integrar lo particular con lo general, exige tener visión de largo plazo e imprime coherencia al discurso organizacional. El elemento temporal es, pues, otra de las condiciones del proceso. Al conjugar varios momentos, requiere de la planificación. Pese a ello, exige flexibilidad y apertura hacia situaciones de corto y medio plazo que se contemplen. De este modo, la planificación permite definir el punto al que se quiere llegar, en tanto la flexibilidad es la vía que posibilita que sea hagan ajustes a lo largo del proceso, sin perder de vista las metas trazadas (Preciado et al., 2010).

Periodismo y Narrativas.

Esta línea de investigación surge de la necesidad de propender por el ejercicio pleno de un periodismo de calidad, que se pone al servicio del proceso de formación de nuestros estudiantes, así como de las prácticas permanentes de investigación que cualifican el quehacer docente en el área de Periodismo y Narrativas.

En esa dirección, su propósito fundamental consiste en defender y aplicar los llamados “valores esenciales del periodismo”, esto es: rigor, precisión, honestidad, veracidad, independencia y responsabilidad. “La investigación y la buena escritura, acompañadas de una alta dosis de análisis, dan la dimensión de lo que queremos lograr: que el público quede bien informado, que haya impacto y resultados sociales concretos.” (Pérez: 2016).

Coincidimos con muchos estudiosos del tema en que el periodismo, con una cualificación adecuada, es ciencia, y alcanza su mayor nivel en la medida en que es exacto. (Restrepo, 1999). De ahí que postulemos que el periodismo de buena calidad que demanda nuestra sociedad, en medio del marasmo y de la superficialidad al que parece condenarlo el efectismo de las redes sociales, puede y debe trabajar con valores científicos.

Partimos de reflexiones como estas: ¿Sí se analiza en nuestro *periodismo* cotidiano? Podemos contestar con un sí, aunque no categórico pues hay que reconocer que, en el mundo de hoy, se hace más por excepción, es decir, por los márgenes, que por regla general, como debería ser. ¿Cómo defender, en este contexto, valores esenciales del periodismo, esto es, rigor, precisión, honestidad, veracidad, independencia y responsabilidad?

Habría que reconocer, primero, en el escenario periodístico latinoamericano notables trabajos de periodismo de profundidad que confirman estos postulados básicos identificados a comienzos del siglo pasado por Max Weber: “una obra periodística realmente buena exige al menos tanto espíritu como cualquier otra obra intelectual, sobre todo si se piensa que hay que realizarla aprisa, por encargo y para que surta efectos inmediatos”. (2005)

Allí tenemos, entre muchos otros, trabajos realizados por Martín Caparrós (“El Hambre”); Leila Guerriero (“Una historia sencilla”); Alberto Salcedo Ramos (“El oro y la oscuridad”) y Juan Villoro (“La ciudad es el cielo del metro”). No desconocemos que para este tipo de investigaciones, que se inscriben en la corriente del “periodismo literario” los periodistas han dedicado el tiempo necesario y, por consiguiente, han podido ejercer con lujo de detalles herramientas básicas para un óptimo trabajo como la inmersión; el simbolismo (comprensión del entramado cultural); las voces que cuentan la historia y la precisión.

Pero no podemos olvidar que los grandes de esta profesión siempre han encontrado la fórmula para dedicarle el tiempo requerido a su tarea, porque cuentan con el arma más poderosa, que se llama pasión. Quienes lo asumen así saben que el compromiso con la investigación nunca se acaba; de ahí que practiquen todo el tiempo el famoso “doble taller” del que hablara Ryszard Kapuscinski, para recalcar que el verdadero reportero como “el zumbido al moscardón”, nunca renuncia a su actitud investigativa.

6.2.1. Generalidades

El Programa de Comunicación Social y Periodismo se ciñe al Sistema General de Investigaciones de la Universidad Sergio Arboleda. Por consiguiente, toda dinámica investigativa del Programa debe darse dentro de este marco institucional.

6.2.2. Objetivos educativos.

El Programa considera que la investigación es una actividad permanente en su dinámica diaria. Para ello, entiende que el sentido de la formación investigativa está dirigido a educar profesionales que desarrollen la competencia de recurrir al conocimiento científico mediante el pensamiento creativo, lógico y racional que les permita estar en disposición de interpretar y analizar el mundo natural y social, además de proponer soluciones sustentadas en el conocimiento.

Además, el programa cuenta una revista de divulgación denominada “Civilizar”, la cual lleva un número impreso de publicación, un periódico denominado “Sea” de impresión semestral, una revista digital denominada A1 que completa ya seis ediciones y la revista Digital Altus con diez ediciones de tipo anual. La Escuela de Ciencias de la Comunicación tiene a la fecha un grupo de Investigación activo denominado “COPE2000” (hoy en día llamado CODICE), este fue fundado en el año 2001 y certificado por Colciencias el 16 de enero del año 2015. Este grupo está con clasificación en categoría B y se encuentra adscrito al área de conocimiento de Ciencias Sociales-Periodismo y comunicaciones además tiene las tres líneas de investigación activas descritas anteriormente.

En la actualidad cuenta con quince investigadores activos treinta y ocho artículos publicados en revistas especializadas, veinte libros, siete capítulos de libros, así como cinco documentos de trabajo de libre circulación más trece artículos publicados en revistas de divulgación. De la misma manera, se ha publicado otro tipo de material de divulgación, artículos, se ha realizado consultorías y cuarenta productos adicionales que van desde piezas gráficas hasta programas de radio y otros medios audiovisuales e impresos. De igual forma los miembros del equipo han participado en más de sesenta eventos de carácter científico, talleres, ponencias y demás eventos de esta índole.

CODICE“ ha hecho parte de once redes de investigación tales como: red Mundial de educación REDEM, UxTIC que es la red de Universidades por las tecnologías de la información y la comunicación, así mismo de la Red Iberoamericana de Investigación en E-Salud (RIIE-S), del Observatorio Internacional de Víctimas del terrorismo, de la asociación de Ayuda a las Víctimas del 11M y de la Asociación de Víctimas del Terrorismo de España-AVT. Este grupo a su vez, cuenta con una importante producción multimedia, así como participación en cinco cursos especializados de corta duración y la dirección y evaluación de más de sesenta trabajos de grado en pregrado, especialización y maestría, se cuenta con diez proyectos propios terminados y dos en pleno proceso de investigación.

A lo anterior se le suma que en estas dos últimas décadas, han surgido nuevos programas pre graduales y de postgrado haciendo que la definición y propósitos del grupo CODICE se hayan aumentado considerablemente, entre dichos hitos resuena con fuerza ver las derivaciones en torno a la gestación y consolidación de programas tales como Publicidad internacional y psicología, en la actualidad funcionando desde dos escuelas. De otra parte desde el grupo se sentaron los cimientos y reflexiones que llevaron a los nuevos programas de pregrado en Diseño Digital y los posgraduales en comunicación desde especialización y maestría.

Como era de esperar el espectro aumentó y diversificó las investigaciones en el grupo, es así como se consolidaron las tres líneas de investigación denominadas 1. Comunicación Cultura y medios, 2. Periodismo y narrativas, y 3. Comunicación estratégica que, con una perspectiva de inclusión, reflejan la variedad en investigación actual. El grupo sigue creciendo y sus posibilidades también, de modo que hablar de comunicación periodística sigue siendo un ejercicio absolutamente válido pero no suficiente ante la emergencia de nuevos contenidos que diariamente emergen.

6.3 Proyección Social

6.3.1. Lineamientos de Proyección Social.

La Universidad Sergio Arboleda encuentra su razón de ser en términos de la satisfacción de las demandas que provienen de la sociedad, en lo que tiene que ver con su crecimiento económico, el fortalecimiento de la identidad cultural, el mantenimiento de la cohesión social, la lucha contra la pobreza y la promoción de la cultura de paz. Otras preocupaciones, no menos importantes, que forman parte de la



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**

filosofía de la Universidadson: la naturaleza, el desarrollo sostenible, el desafío de la violencia social y el apoyo a los procesos participativos sociales y democráticos principalmente. El progreso local, regional y nacional depende de las instituciones. Entre éstas están las universidades que, además de generar

y distribuir conocimiento, deben incidir en la sociedad participando en los procesos de planeación, gestión y apoyo tecnológico.

En desarrollo de estas funciones (docencia, investigación y gestión) la universidad se proyecta socialmente en los siguientes términos

Análisis cuidadoso de las necesidades individuales y colectivas. Pertinencia social y respuesta a las necesidades del contexto. Aporte a la solución de conflictos.

Formación integral.

6.3.2. Formación de líderes

En la medida en que la Universidad Sergio Arboleda contribuye al desarrollo social, hace presencia regional y nacional y, la manera específica como contribuye es mediante la formación profesional de sus estudiantes, la investigación aplicada, la cooperación interinstitucional y la extensión, planteando y apoyando soluciones con nuevas y mejores opciones. La Universidad Sergio Arboleda a nivel institucional desarrolla su función sustantiva de proyección social a través de las siguientes actividades:

- Fondo de Publicaciones.
- Bienestar Universitario.
- Talentos Matemáticos.
- Asesoría Integral.
- Mercado Bursátil.
- Auxilio Estudiantes.
- Becas a Reservistas de Honor.
- Medio Ambiente y Salud.
- Observatorio Astronómico.
- Deporte con Sentido Social.
- Bolsa de Empleos.
- Fundación Víctimas Visibles.
- Consultorio Jurídico.
- Prácticas Empresariales.

Adicionalmente, la Universidad, a través de la “Fundación Para el Desarrollo Sergio Arboleda” cuenta con una infraestructura para el desarrollo económico y social del país,



que presta los servicios de consultoría, así como, de capacitación especializada en las áreas estratégicas, administrativas, tecnológicas, financieras y gerenciales a entidades

tanto públicas como privadas. El Grupo de Consultoría está conformado por un equipo de ejecutivos y profesionales vinculados con la Universidad, capaces de planear y ejecutar programas y proyectos.

6.3.3. Objetivos educativos de emprendimiento.

- Ofrecer a la comunidad empresarial, profesionales idóneos, experiencia, capacidad de trabajo e infraestructura de la Universidad. Integrar grupos de trabajo

multidisciplinarios con profesores y consultores especialistas de las más altas calidades.

- Ofrecer a los empresarios procesos y productos propios de la Universidad, caracterizados por su transparencia, calificación y menor costo. Posicionamiento de la Universidad como centro de consulta de empresas públicas y privadas.

En el caso particular del Programa, tiene claro que la producción de conocimiento tendrá como objetivo la solución de problemas reales de la sociedad, viéndose necesariamente obligado a impartir una educación en ciencia y gestión pertinente, en relación con las necesidades del entorno global del actual siglo. En tal sentido, se da por confirmada la necesidad de una formación integral amplia que incluye no solamente la formación de científicos, sino también la de ciudadanos que tengan herramientas de pensamiento analíticas y críticas, necesarias para tomar parte de las grandes decisiones que enfrenta el país y la humanidad.

Una de sus orientaciones, con respecto a la proyección social es que la investigación y la docencia adquieren sentido cuando impactan a la comunidad de una manera constructiva ofreciendo novedosas alternativas y oportunidades a la solución de problemas socio- económicos.

6.3.4. Objetivos educativos Egresados.

El programa materializa sus resultados de investigación formativa generando un impacto en la sociedad, al coadyuvar a la solución de problemas en las organizaciones donde ésta hace presencia, ya sea a través de las opciones de la práctica, de trabajo de grado o de investigación.

6.3.5. Objetivos educativos Educación Continuada.

Fomentar el desarrollo económico del país con una comprensión amplia de lo que este concepto implica, afianzando en el estudiante y futuro egresado un modelo de comportamiento crítico y responsable y su interacción e inmersión en la sociedad y su cultura, todo ello en relación con el mundo empresarial en el que se desarrolla como individuo.

La interacción del programa y su relación con el medio externo comprende los siguientes elementos constitutivos:

Relación gana – gana.

Generación de conocimiento.

Establecimiento de relaciones.

Proyectos conjuntos.

Red de conocimiento.

Relación Universidad – Empresa – Estado.

El compromiso con la proyección social se refleja en:

Las materias que conforman el área humanística proporcionan el soporte conceptual y metodológico fundamental para una proyección social comprometida, soportada en la ética, valores ciudadanos y cristianos. Las otras áreas de formación, además de las teorías y prácticas que les son inherentes, no dejan de lado la necesaria discusión respecto del papel transformante que la acción humana tiene sobre el entorno empresarial, considerando no sólo los roles de los diferentes actores en los espacios de práctica e investigación, sino también el papel que como agente de cambio ejercen los estudiantes, egresados y graduados.

Las estrategias que desde la docencia llevan a la formación de los profesionales con proyección social se hacen operativas mediante dos acciones suplementarias; por una parte, las comprendidas en los procesos de apropiación del conocimiento en el aula y en los laboratorios y, por otra, las que resultan de la experiencia en los proyectos que acompañan la realización de la práctica en los escenarios empresariales y en las visitas técnicas o salidas de campo en las diferentes asignaturas. Tales acciones se retroalimentan permitiendo el mejoramiento continuo, la renovación y la actualización curricular en función de las necesidades del entorno.

En lo que se refiere a la relación investigación-proyección social, se concibe como aplicada, es decir, generada por y para la problemática de los sistemas productivos y administrativos en las organizaciones del país y propuesta como solución a ésta, con la participación de las empresas, gremios, grupos interés, que aportan territorios, recursos y conocimientos a los proyectos y que reciben los beneficios que en el mismo sentido les brinda la academia.

6.4 Lineamientos de Bienestar

6.4.1 Generalidades.

Para la Universidad Sergio Arboleda, el bienestar universitario redunda en la formación integral de profesionales idóneos para la ciencia, la investigación y la cultura, como pilar fundamental de su proyecto educativo.

Así mismo, las áreas de cobertura previstas en el Acuerdo 003 de marzo 5 de 1995 emanado del CESU, son desarrolladas por el departamento de Bienestar Universitario con

distintos proyectos que abordan el “bien – estar” de su comunidad educativa, con las siguientes políticas:

- . Posicionamiento del área de bienestar dentro del contexto universitario a través de una gestión que garantice la relevancia, pertinencia y eficiencia de los servicios y actividades en general.
- . Evaluación y cuantificación permanente de los procesos, actividades y servicios.
- . Compromiso con la formación integral a través de la creación y mantenimiento de espacios académicos y culturales.
- . Fomento de la calidad de vida de los miembros de la comunidad.
- . Fomento de la proyección y crecimiento individual.
- . Participación activa en la construcción de comunidad, consolidando la relación de bienestar institucional con la academia.
- . Apoyo y orientación a los miembros de la comunidad a través de servicios integrales.
- . Espíritu de servicio para la atención a todos los miembros de la comunidad.
- . Propiciar el espíritu de pertenencia hacia la institución a través de la creación de espacios de participación e integración entre los miembros de la comunidad universitaria.
- . Difusión de información y comunicación permanente con todos los estamentos institucionales.
- . Proyección externa que promueva la imagen institucional. Teniendo en cuenta que el bienestar universitario se direcciona hacia el desarrollo humano de cada uno de los miembros de la comunidad, como son estudiantes, docentes, docentes- investigadores y personal administrativo, la dirección de Bienestar Universitario, ha creado diferentes mecanismos que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de cada miembro de la comunidad sergista, entendiéndose este grupo institucional como un “todo”. Es así, que bajo ésta dirección se han desarrollado diferentes estrategias para vincular a la comunidad a los servicios, programas y actividades que actualmente se ofrecen.

6.4.2. Objetivos de bienestar

En desarrollo de lo dispuesto por el Acuerdo citado, la dirección de bienestar universitario de la Universidad Sergio Arboleda, desarrolla su quehacer diario en áreas de la salud, cultura, desarrollo humano, promoción socioeconómica, recreación y deportes. Con el ánimo de vincular al estudiante, docente o administrativo con las diferentes actividades promocionadas por este Departamento, se han construido diferentes espacios que le permitan desarrollar su compromiso social con la institución desde su contacto inicial, afianzando su sentido de pertenencia como miembro de la comunidad sergista y obteniendo como consecuencia una verdadera integración de la misma.

El área está conformada por diferentes dependencias que buscan de manera particular y en su conjunto fortalecer el bienestar y la formación integral de la comunidad, estas son:

- *Área de salud*
- *Área de desarrollo humano*
- *Área de promoción socioeconómica*
- *Área cultural*
- *Área de recreación y deporte*

7. Pilares Institucionales

7.1. Humanismo-Cristiano

Nuestra herencia cultural, entendido éste como aquella concepción de la persona humanay de la sociedad que se basa en los principios y valores del cristianismo, que proyecta dichos valores hacia la sociedad a fin de que estos inspiren las relaciones entre los seres humanos y los orienten a construir un orden social justo, solidario y ético.

Esta corriente del pensamiento, supone la noción de persona humana como ser digno, libre y social; a la sociedad como el fruto y el espacio natural del desarrollo de la persona que crea las condiciones para el progreso espiritual y material de sus miembros. Y al Estado como la manifestación natural del ser humano, cuya finalidad es garantizar y promover el bien común y servir a la dignidad y a la libertad de las personas. La familia como célula fundamental de toda sociedad. Promoviendo a su vez valores tales como la honestidad, la verdad, la tolerancia, la justicia, la caridad, el respeto a la vida, a la honra, ala propiedad, a la herencia cultural, entre otros.

Este humanismo cristiano es nuestra herencia cultural, toda la sociedad occidental se ha formado en esta cultura, la filosofía, la política, el derecho, la economía, las artes, las ciencias, así como todas las instituciones sociales, han sido influenciadas por éste. Todo el desarrollo cultural de occidente es producto del mismo, por eso nuestros profesionales para que alcancen altos niveles de excelencia deben conocer y comprender su entorno social lo que se logra con una enseñanza adecuada en humanidades.

7.2. Internacionalización

Implementar políticas de internacionalización del currículo, es una característica fundamental de la propuesta formativa para alcanzar los mejores estándares de calidad logrando con ello una formación de nivel internacional y de carácter universal.

7.3. El Emprendimiento

Estimular el emprendimiento, para que el egresado no solamente pueda desempeñarse con solvencia en cualquier empleo público y privado, sino que sea capaz de crear empresa y crear empleo.

7.4. Formación Integral

La que considera el estudiante en su integralidad, ya que no sólo se pretende darle la mejor preparación en la disciplina que escogió como opción profesional, sino contribuir con su armónico desarrollo y la consolidación de su personalidad, permitiéndole acercarse a la cultura, por medio de las asignaturas de humanidades que se encuentran en forma transversal en todos los programas, así como también, motivándolos para su participación en actividades deportivas, culturales y académicas extracurriculares.

8. Gestión académica administrativa.

La estructura académico-administrativa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y en particular del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda está conformada desde un enfoque horizontal en el que el gobierno está administrado por la Decanatura de la Escuela, la cual a su vez tiene una vicedecanatura para los fines propios de la gestión administrativa, está a su vez se apoya de la Dirección de Investigaciones, la Dirección Financiera y las coordinaciones de proyectos especiales y de Calidad, el núcleo de docentes de TC, apoyan las coordinaciones de área. La estructura actual y proyectada de la Escuela se presenta en la infografía expuesta a continuación.

8.1. NORMATIVIDAD PARA LOS RECONOCIMIENTOS DE ESTUDIANTES Y DOCENTES

La Universidad Sergio Arboleda cuenta con lineamientos institucionales que contienen políticas de estímulos y reconocimiento a los profesores por el ejercicio calificado de la investigación, de la creación intelectual, de la docencia, de la extensión o proyección social y de la cooperación internacional. Es así que la institución tiene previsto el reconocimiento y estímulo a los profesores que se destacan en actividades de docencia, investigación o proyección social tal como se expresa en el capítulo 5 del Estatuto Docente y en el capítulo 7 del Reglamento estatuto docente.

En específico el Reglamento del Estatuto Docente señala:

- *El período sabático (E.R.D Art. 26)¹*
- *Apoyo para la realización de estudios, becas y comisiones de estudio. Incluye estudios de Doctorado, Maestría y especialización, así como seminarios y diplomados, en la misma Universidad u otras, nacionales o extranjeras, con descarga académica parcial al docente, que le garantice mayor dedicación a sus estudios.*
- *Participación en eventos académicos*
- *Publicación de la producción académica*
- *Premio de Excelencia "SERGIO ARBOLEDA"*
- *Premio Anual a la Investigación*
- *Así mismo, podrán otorgarse bonificaciones no constitutivas de salario, por producción intelectual.*

¹ E.R.D Estatuto y Reglamento Docente 2013.

- *Descarga académica al docente investigador, para garantizar mayor dedicación a la investigación.*
- *Fortalecimiento del Fondo de Empleados, y becas y subsidios para el estudio defamiliares.*

En específico, los docentes -incluidos los profesores visitantes o invitados- que hayan hecho contribuciones significativas a la ciencia, la tecnología, las humanidades, la filosofía, la historia y, en general a la cultura o a la institución, podrán hacerse acreedores a las siguientes distinciones académicas o a las que sean creadas mediante reglamento expedido por la rectoría:

Docente Distinguido: es un título honorífico otorgado por el Rector, a propuesta del Consejo Académico, a un profesor de la Universidad, como reconocimiento a su compromiso con la Misión y el Proyecto Educativo de la Universidad Sergio Arboleda y a sus contribuciones a la docencia, a las ciencias, a las artes o a las humanidades.

Docente Epónimo: es el designado como tal por el Rector, a propuesta del Consejo Académico, como reconocimiento a sus excepcionales méritos académicos y profesionales, a su contribución al desarrollo del país, al enaltecimiento de la Universidad Sergio Arboleda y la comunidad Académica o a su dedicación como docente de la institución.

Docente Emérito: es el designado como tal por el Rector, a propuesta del Consejo Académico, como reconocimiento a sus méritos académicos y profesionales, a su contribución al desarrollo del país, al enaltecimiento de la Universidad Sergio Arboleda y de la comunidad Sergista o a su dedicación como docente de la institución, la cual debe haber sido por lo menos de 15 años. Puede o no ejercer como profesor de la Universidad y su vinculación, dedicación y remuneración, cuando sea del caso, será acordada con el Rector y la Decanatura respectiva.

Docente Honorario: es un título honorífico otorgado por el Consejo Académico, a propuesta del Rector, a una persona destacada nacional o internacionalmente por sus realizaciones en beneficio del desarrollo de los pueblos, o por sus conocimientos y aportes sobresalientes en el campo de las ciencias, las artes o las humanidades, a quien la Universidad desea vincular como miembro de su comunidad académica. Puede o no ejercer como profesor de la Universidad y su vinculación, dedicación y remuneración, cuando sea del caso, será acordada con el Rector y la Decanatura respectiva.²

El programa de Comunicación social y Periodismo cuenta en este momento (2015-II) con 14 docentes de tiempo completo y un (1) docente de medio tiempo. Hay siete docentes realizando estudios Doctorales en diferentes universidades nacionales y extranjeras. El grupo de docentes cuenta con estabilidad laboral y su tiempo de dedicación semanal a la institución es de 40 horas para tiempo completo y 20 horas para los docentes de medio tiempo³, divididas en las funciones sustantivas de la educación superior, dedicando un porcentaje de su tiempo a la docencia y la investigación, así como al apoyo académico administrativo de las áreas que conforman el programa. Adicionalmente, la Institución



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**

2 *E.R.D Estatuto y Reglamento Docente 2013. Artículo 25*

3 *E.R.D Estatuto y Reglamento Docente 2013 Artículo 34 y 35.*

cuenta con un amplio portafolio de cursos de formación y cualificación docente, así como políticas que apoyan la formación post-gradual de alto nivel de sus docentes.

Por otro lado existe el programa de Honores, una iniciativa de la Universidad para apoyar la excelencia académica de sus estudiantes, el cual consiste en becas en diferentes porcentajes a los estudiantes que obtienen los mayores promedios académicos por semestre. El programa en cumplimiento de dichas resoluciones cuenta con un promedio de 12 estudiantes becados por año. Esta política está soportada en la resolución 544 de 2014, emanada por la rectoría de la Institución.

8.2. INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN DE LOS ACTORES DEL PROGRAMA: DOCENTES, ESTUDIANTES, GRADUADOS

Los docentes, estudiantes y graduados pueden participar de manera democrática en las siguientes instancias de la institución, en las que tendrán participación activa, así como plenos derechos de voz y voto.

- El Consejo Superior
- Consejo Académico
- Consejo de Facultad
- Comité Curricular
- Comité de Investigaciones
- Comité de Prácticas: Coordinación de prácticas, docentes asesores de prácticas e invitados.
- Equipo de Autoevaluación

9. Criterios de evaluación de calidad del programa

En el marco del ejercicio de una autonomía universitaria responsable, la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el programa de Comunicación social y Periodismo, entiende la Autoevaluación como una herramienta fundamental para abordar procesos de mejora continua, a través de la cual se verifica su identidad institucional como síntesis de las propiedades que la constituyen y de los modos que emplea para el cumplimiento de su misión y el alcance de su visión.

El Comité de autoevaluación de la Escuela, es un cuerpo colegiado conformado por representantes de todos los estamentos que intervienen en la vida institucional, estudiantes, docentes, directivos y egresados y cuyas funciones se describen a continuación:

- a) Aplicar el Modelo de Autoevaluación Institucional.

- b) Establecer un plan operativo anual para adelantar el proceso de autoevaluación de acuerdo con lo previsto por el Comité Central de Autoevaluación y Gestión de Calidad.
- c) Divulgar el sentido e importancia del trabajo auto evaluativo con la comunidad académica del programa.
- d) Plantear sugerencias para la adaptación de las propuestas técnicas a las características de los programas académicos.
- e) Promover la participación y fomentar la cultura auto evaluativa en el programa.
- f) Velar por el fomento de la calidad del programa mediante el diseño e implementación de los planes de mejoramiento derivados de los informes y resultados de los procesos de autoevaluación.
- g) Rendir informe semestral al Comité Central de Autoevaluación y Gestión de Calidad sobre los resultados y hallazgos derivados del proceso de autoevaluación de los programas.
- h) Divulgar oportunamente los resultados de autoevaluación y planes de mejoramiento a la comunidad académica del programa.

10. Proyección Del Programa

El programa se proyecta como una de los centros de formación en Comunicación Social y periodismo, más importantes del país, en este orden de ideas, se configura como Escuela de Ciencias de la Comunicación con una oferta académica muy atractiva tanto en el nivel de pregrado como de Maestría y Doctorado, así como centro de discusión académica y referente internacional en lo relacionado a la inclusión de medios y mediaciones tecnológicas sin abandonar los medios convencionales, por el contrario siendo garante del tránsito tecnológico de la profesión y su inclusión en el mundo de la comunicación y los medios digitales. En este orden de ideas, la Escuela ofrecerá un programa de Maestría en Comunicación para el año 2016 y un programa de Doctorado en Comunicación hacia el año 2019. Así mismo ampliará y diversificará su oferta formativa de la mano de las tecnologías digitales y los medios de comunicación e información emergentes.

10.1 Sostenibilidad de estudiantes del programa

	MATRÍCULAS									
	2018-01	2018-02	2019-01	2019-02	2020-01	2020-02	2021-1	2021-2	2022-1	2022-2
Número de matriculados	92	67	79	48	45	15	45	44	50	24

Como se puede evidenciar la sustentabilidad del programa durante los últimos 5 años ha sido con un promedio de 50 estudiantes por semestre, lo cual indica una estabilidad. Otro de los factores a tener en cuenta es la consolidación de una propuesta de actualización continua del plan de estudios y de la oferta formativa del programa, aclarando que desde 2021-02 se implementó el nuevo plan de estudios, que a la fecha se ha cumplido en su totalidad arrojando cambios sustanciales en coherencia con las exigencias del sector empresarial del país.

Al corte de julio de 2022 el programa ha graduado a 1500 profesionales que en la actualidad la mayoría ejercen su profesión en diferentes empresas del país.

En cuanto a la proyección internacional, se pretende crear, activar y fortalecer convenios internacionales para apoyar la movilidad de estudiantes, egresados, docentes y administrativos, de igual forma buscar la posibilidad de doble titulación.



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**



**UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA**