

PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DIGITAL

ESCUELA DE COMUNICACIÓN E
INDUSTRIAS DIGITALES (COM+ID)

UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA

SEDE BOGOTÁ

VERSIÓN
2025

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	5
PERFILES	17
COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE	21
INVESTIGACIÓN	29
PLAN DE ESTUDIOS	35
POLÍTICA DE EVALUACIÓN Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	39
BIBLIOGRAFÍA	42

01

INTRODUCCIÓN



RESEÑA Y ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El Proyecto Educativo del Programa (PEP) de Comunicación Social y Periodismo Digital (CSPD) de la Universidad Sergio Arboleda, sede Bogotá, establece el marco de orientación institucional, curricular y filosófico que regula el funcionamiento del programa. Se fundamenta en la coherencia con el Proyecto Educativo Institucional (PEI) y en la articulación con los actores de la comunidad universitaria.

Este documento se configura como respuesta a las exigencias contemporáneas del campo comunicativo y periodístico, integrando los principios de formación integral, interdisciplinariedad, democracia, tecnologías digitales y compromiso social. Refleja la visión humanista-cristiana de la Universidad, articulada con una perspectiva crítica del contexto social y mediático, que se traduce en el diseño de un currículo orientado a formar profesionales íntegros, éticamente responsables y técnicamente competentes.

Creado mediante la norma N.º 68 del 22 de mayo de 1995, el programa CSPD responde a la necesidad de formar profesionales en comunicación social y periodismo con criterio autónomo y objetivo. Ha contado con liderazgos provenientes del periodismo profesional y se ha actualizado periódicamente desde su aprobación. Su registro calificado ha sido renovado en 2005, 2012, 2016 y 2024.

Durante su evolución, el programa ha respondido a las transformaciones del campo mediático global y local, así como a las innovaciones tecnológicas y metodológicas que han reconfigurado el rol del comunicador social y del periodista. Con una base sólida en la tradición latinoamericana del pensamiento crítico en comunicación, ha sabido incorporar progresivamente el enfoque digital, los estudios sobre mediaciones tecnológicas, los lenguajes emergentes y las plataformas interactivas.

PROPÓSITOS DE FORMACIÓN

Propósito Formativo del Programa: Formación de Comunicadores Críticos, Éticos e Innovadores para la Transformación Social

El propósito central del Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital de la Universidad Sergio Arboleda se alinea de manera rigurosa y reflexiva con los postulados del Proyecto Educativo Institucional (PEI) y con el modelo curricular centrado en la formación integral, el pensamiento crítico y la responsabilidad social. Desde esta perspectiva, el programa se propone formar comunicadores y periodistas dotados de una capacidad crítica, analítica, interpretativa e investigativa, comprometidos con la comprensión de los fenómenos sociales y culturales contemporáneos y la transformación responsable de su entorno.

Enfoque del Programa

El programa adopta un enfoque interdisciplinar y crítico orientado al análisis del campo comunicativo y periodístico en el contexto de la cultura digital. Este enfoque integra la comprensión de los procesos de conformación de subjetividades, la producción y circulación de narrativas, el estudio del big data y las mediaciones algorítmicas, así como su impacto en la sociedad y la cultura.

A partir de esta mirada, el programa fomenta:

- La investigación y reflexión crítica sobre fenómenos comunicativos contemporáneos.
- La creación de contenidos innovadores para entornos digitales.
- El uso estratégico de tecnologías para la producción, gestión y análisis de información.
- La diversidad y articulación de saberes provenientes de la comunicación, el periodismo, la tecnología y las ciencias sociales.

Formación integral desde una perspectiva humanista

Con fundamento en la visión humanista-cristiana de la Universidad, este propósito formativo se orienta al aprendizaje integral del ser humano, en su dimensión ética, intelectual, social y espiritual. Así, el comunicador y periodista en formación no es concebido únicamente como un técnico o un productor de contenidos, sino como un sujeto pensante, consciente de su papel en la sociedad, comprometido con la dignidad humana, el bien común y la justicia comunicativa.

El PEI establece como principios fundamentales la defensa de la libertad, la formación en valores, el cultivo del pensamiento y la acción ética. En consonancia, el programa busca que sus egresados no solo dominen las herramientas técnicas y narrativas propias del campo profesional, sino que también ejerzan su labor con sentido ético, capacidad de deliberación y juicio crítico frente a los problemas del mundo contemporáneo.

Capacidad crítica, interpretativa e investigativa: una tríada para la comprensión del mundo

En una sociedad saturada de información, donde la comunicación ha dejado de ser un proceso exclusivamente humano para ser mediada por plataformas, algoritmos y datos masivos, se requiere un perfil profesional capaz de leer entre líneas, interpretar la complejidad de los discursos sociales y analizar las condiciones estructurales que los producen y reproducen.

La capacidad crítica que se propone formar en los estudiantes implica una actitud reflexiva frente a los discursos hegemónicos, los sistemas de poder simbólico, las formas de exclusión mediática y las representaciones culturales que circulan en los distintos formatos y lenguajes de la comunicación actual.

La dimensión analítica e interpretativa, por su parte, permite al estudiante identificar patrones, narrativas dominantes, sesgos y silencios informativos; comprender la dimensión estética, ética y política de la comunicación; y desentrañar los sentidos que se construyen en la interacción entre medios, audiencias y tecnologías.

Finalmente, la capacidad investigativa otorga al comunicador la posibilidad de generar conocimiento nuevo, abordar problemas complejos mediante metodologías rigurosas y proponer soluciones comunicativas creativas e innovadoras en contextos específicos.

Comunicación para la resolución de problemas sociales

El propósito formativo reconoce a la comunicación no como una mera herramienta funcional, sino como un campo de intervención en lo social. Desde esta visión, los profesionales egresados del programa están llamados a identificar, comprender y aportar en la resolución de problemáticas sociales, culturales, ambientales y políticas que atraviesan las realidades locales, nacionales y globales.

La comunicación se convierte así en un campo de acción para la transformación social: ya sea desde el periodismo comprometido con la verdad y la memoria; desde la comunicación estratégica para el desarrollo organizacional y comunitario; o desde la mediación intercultural y la defensa del derecho a la comunicación.

Este enfoque está en plena sintonía con el modelo de formación por competencias que promueve la Universidad, el cual privilegia el saber hacer ético, crítico y creativo, articulando conocimientos teóricos, habilidades técnicas, actitudes y valores.



Enfrentar la posverdad, la polarización y el poder del algoritmo

Uno de los aspectos más desafiantes de la formación contemporánea en comunicación es preparar a los futuros profesionales para actuar en un contexto marcado por la posverdad, la polarización discursiva y la mediatización algorítmica de la información. El propósito del programa es, por tanto, formar comunicadores capaces de:

- Analizar las dinámicas del poder simbólico, comprendiendo cómo ciertos discursos se imponen como verdades legítimas en detrimento de otros, y cómo los medios, las redes y las tecnologías contribuyen a estas construcciones.
- Interpretar el papel de las tecnologías digitales en la generación de sentido, en la fragmentación de las audiencias y en la configuración de burbujas informativas que refuerzan la desinformación, el fanatismo o el aislamiento cognitivo.
- Actuar de forma ética y responsable, reconociendo los límites, dilemas y oportunidades del uso de datos, algoritmos, plataformas y automatización de contenidos. En este sentido, se busca formar profesionales con conciencia digital, con criterio deontológico, y con capacidad de defensa de los derechos comunicacionales de las audiencias y de las comunidades.

Articulación con el entorno, la innovación y el compromiso social

Este propósito formativo no se limita al aula ni al ejercicio técnico, sino que se extiende a escenarios sociales reales donde el estudiante, desde etapas tempranas, se invo-

lucra en procesos de investigación-acción, creación de narrativas con propósito social y análisis crítico del entorno mediático. Así, el modelo curricular integra estrategias como los laboratorios, las prácticas, los semilleros de investigación, las plataformas universitarias y los proyectos de intervención comunicativa.

Este enfoque favorece la formación de sujetos que no solo comprenden el mundo, sino que se sienten llamados a transformarlo desde la palabra, la imagen, el relato, la escucha y la acción comunicativa, comprometidos con la democracia, la equidad, la diversidad y la justicia simbólica.

Por último, el propósito formativo del Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital de la Universidad Sergio Arboleda es coherente con su modelo educativo institucional y responde a los desafíos más urgentes del contexto global. Al formar comunicadores y periodistas con capacidad crítica, ética e investigativa, el programa se posiciona como un actor clave en la defensa de la verdad, la promoción del diálogo y la producción de sentidos alternativos frente al ruido mediático de nuestro tiempo.

En este horizonte, el comunicador no es un simple transmisor de información, sino un intelectual público, un productor de cultura, un agente de cambio, capaz de leer, narrar y transformar el mundo desde una ética del cuidado, el conocimiento situado y la responsabilidad profesional.





MISIÓN DEL PROGRAMA

Misión

Formar profesionales integrales con base humanista, ética e innovadora, con capacidad para crear en el periodismo y la comunicación. Se promueve el liderazgo, la conciencia crítica y la creatividad narrativa, para que los egresados aporten a la construcción de una sociedad más informada, justa y participativa.

El campo comunicativo: un marco complejo e interdisciplinar

El concepto de campo comunicativo permite una aproximación integral y no fragmentada a las dinámicas actuales de la comunicación. Este reconoce que los procesos comunicativos no se reducen al intercambio lineal de mensajes ni al rol de los medios tradicionales, sino que se configuran como mediaciones, entramados complejos que requieren una mirada interdisciplinar, crítica y situada.

En esta perspectiva, el campo comunicativo articula aportes de la semiótica, la teoría crítica, la sociología del conocimiento, los estudios de medios, la economía política de la información, la epistemología del dato y la ética digital, entre otras áreas. Estas herramientas conceptuales permiten analizar la comunicación como un fenómeno estructurante de la vida social contemporánea, cuyas formas de producción, circulación y consumo son reconfiguradas constantemente por procesos históricos, tecnológicos, culturales y ambientales.

Mediaciones algorítmicas y producción de subjetividad

En el contexto digital, las mediaciones ya no dependen únicamente de periodistas, medios o instituciones tradicionales, sino que se encuentran profundamente atravesadas por sistemas algorítmicos. Plataformas como redes sociales, motores de búsqueda y servicios de streaming influyen en la configuración de agendas públicas y privadas, orientan consumos culturales y participan en la construcción de subjetividades.

Estas mediaciones deben ser comprendidas no solo como dispositivos técnicos, sino como sistemas de poder simbólico que moldean la percepción, el deseo, la identidad y la acción colectiva. El análisis del campo comunicativo exige, por tanto, una formación crítica que permita a los estudiantes identificar las lógicas de opacidad, automatización y segmentación que operan en estos sistemas, así como proponer alternativas éticas y responsables para la comunicación digital.

Narrativas, tecnologías y modos de producción de sentido

El estudio del campo comunicativo implica examinar las nuevas formas narrativas que emergen de la intersección entre tecnología, estética y cultura. Desde el periodismo inmersivo y el documental interactivo, hasta los contenidos transmedia y las narrativas generadas con inteligencia artificial, estas expresiones desafían las categorías tradicionales del campo.

En consecuencia, el programa orienta su objeto de estudio hacia la formación de profesionales capaces de comprender y crear discursos que respondan a estas transformaciones, integrando múltiples plataformas y lenguajes, y manteniendo un compromiso ético con la verdad, la justicia y la inclusión. Además, se reconoce que los modos de producción, distribución y consumo de información han sido profundamente modificados por las plataformas digitales, la economía de la atención y la lógica de la viralidad. Analizar el campo comunicativo como un todo implica desentrañar estas dinámicas económicas y su incidencia en la calidad informativa, la sostenibilidad del periodismo y la conformación de esferas públicas fragmentadas.

Big Data, inteligencia artificial y la epistemología de la información

La circulación masiva de datos y su procesamiento algorítmico representan un reto central para la comunicación social y el periodismo digital. El uso del big data para segmentación de públicos, vigilancia o predicción de comportamientos transforma radicalmente las nociones de mediación, audiencia e interacción.

Por ello, el programa asume la necesidad de formar comunicadores con competencias críticas en el manejo de datos, conscientes de los riesgos y posibilidades que conlleva la inteligencia artificial en el ámbito mediático y social. Desde una perspectiva epistemológica, esto implica profundizar en los desafíos del escenario digital, marcado por la IA generativa, que influye en las nuevas formas de construcción y distribución de narrativas, producción de conocimiento y la legitimación de la información en entornos permeados muchas veces por la desinformación, las fake news, las teorías conspiratorias y la manipulación de las creencias.



Justificación pedagógica y profesional

Elegir el campo de la comunicación como objeto de estudio permite al programa alinear sus procesos pedagógicos con los desafíos contemporáneos de la profesión y con los marcos de referencia internacionales en educación superior. Este enfoque fomenta un aprendizaje integral, donde confluyen competencias analíticas, técnicas, éticas y creativas, necesarias para la intervención crítica y transformadora en el campo comunicacional, además de fortalecer la capacidad de liderazgo con sentido ético y responsabilidad social, y la habilidad para el pensamiento crítico, reflexivo y autónomo, competencias propias de la impronta sergista que orientan la formación de ciudadanos comprometidos con la transformación de su entorno.

Además, este objeto de estudio dialoga con las demandas del entorno laboral, que exige profesionales capaces de moverse en escenarios híbridos, con dominio de las herramientas digitales, sensibilidad social, capacidad narrativa y pensamiento estratégico.

En conclusión, el campo de la comunicación, entendido como objeto de estudio del Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital, representa una apuesta teórica, pedagógica y política. Esta noción permite responder a las mutaciones del campo comunicacional en la era digital, y al mismo tiempo formar profesionales capaces de interpretar críticamente el presente, intervenir éticamente en la sociedad y producir contenidos innovadores, transformadores y creativos. Su abordaje exige una epistemología plural, abierta a la complejidad, y una pedagogía centrada en el aprendizaje activo, crítico e interdisciplinar, que se proyecte en escenarios sociales de alta relevancia y transformación cultural.



CARACTERÍSTICAS CURRICULARES

Las características curriculares del Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital (CSPD) responden a una concepción integral del proceso formativo, en el que confluyen la estructura académica, los perfiles de actores (docentes y estudiantes), los marcos regulatorios institucionales y nacionales, y una propuesta pedagógica centrada en el aprendizaje activo, la interdisciplinariedad y la transformación del entorno.

Sello diferenciador del programa

- Enfoque humanista y ético centrado en la dignidad humana.
- Énfasis en la cultura digital, la innovación comunicativa y la comprensión del entorno mediático.
- Formación integral basada en el pensamiento crítico, la responsabilidad social y el compromiso con el bien común.
- Impulsar el pensamiento estratégico y el liderazgo para aportar a las transformaciones organizacionales y de emprendimiento.

Docencia: formación, acompañamiento y desarrollo profesional

La docencia en el programa está concebida como un ejercicio intelectual, ético y pedagógico, que trasciende la simple transmisión de contenidos para constituirse en una mediación formativa orientada al desarrollo de competencias cognitivas, técnicas, críticas y creativas en los estudiantes.

Los docentes que integran el programa son profesionales con alta cualificación académica, experiencia en el campo de la comunicación y el periodismo, y compromiso con la investigación, la innovación y la proyección social. Su labor no se restringe a la enseñanza, sino que incluye la participación en los comités curriculares, la construcción colaborativa del Proyecto Educativo del Programa (PEP), la reflexión curricular permanente, el diseño de estrategias de evaluación por resultados de aprendizaje, y la consolidación de comunidades académicas orientadas a la actualización y el mejoramiento continuo.

El programa contempla espacios de formación docente permanentes, alineados con las políticas de desarrollo profesoral de la Universidad Sergio Arboleda, que incluyen:

- Cursos y talleres de actualización pedagógica y didáctica.
- Formación en metodologías activas de enseñanza-aprendizaje (ABP, aprendizaje colaborativo, aula invertida).
- Capacitación en el uso pedagógico de entornos virtuales y herramientas digitales.
- Participación en redes académicas, intercambios, congresos y estancias formativas nacionales e internacionales.

Estos espacios fortalecen la cualificación del cuerpo profesoral y su apropiación del modelo por competencias y del enfoque humanista del PEI, promoviendo una docencia reflexiva, dialógica y situada.





Estudiantes: centro del proceso formativo

El estudiante del programa es reconocido como protagonista de su proceso de aprendizaje, en coherencia con el principio de formación integral que orienta el modelo pedagógico institucional. Por ello, se promueve el desarrollo de habilidades metacognitivas, actitud investigativa, responsabilidad ética y compromiso social.

Los procesos de acompañamiento académico incluyen tutorías, seguimiento académico personalizado, orientación vocacional, apoyo psicológico y estrategias de retención y permanencia. Además, se fomenta la participación estudiantil en:

- Semilleros de investigación y creación.
- Proyectos de aula con impacto social.
- Producción de contenidos en medios universitarios.
- Prácticas profesionales en organizaciones sociales, medios de comunicación, empresas y agencias.

La construcción del perfil de egreso se articula con los intereses, trayectorias y talentos de los estudiantes, mediante itinerarios electivos, opciones de grado flexibles y modalidades interdisciplinarias que fortalecen su autonomía formativa.

Marco normativo: coherencia y articulación institucional

El diseño y actualización del programa se rige por un conjunto normativo que garantiza la calidad, la pertinencia y la legalidad del proceso formativo. Este marco incluye:

- El Proyecto Educativo Institucional (PEI), que orienta la formación con base en los principios del humanismo cristiano, el pensamiento crítico y la responsabilidad ciudadana.
- La Guía de Formación por Resultados de Aprendizaje, que estructura la malla curricular en torno a competencias, unidades de competencia y evidencias de aprendizaje.
- El Estatuto Docente y el Reglamento Estudiantil, que establecen los derechos, deberes y rutas de acompañamiento para profesores y estudiantes.
- Los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional (MEN), en relación con los estándares de calidad, créditos académicos, evaluación de programas y criterios de acreditación.

Este marco proporciona la estructura necesaria para el aseguramiento de la calidad académica y la articulación con los sistemas institucionales de autoevaluación y mejora continua.



Enseñanza y aprendizaje: pedagogía crítica y activa

El programa adopta un enfoque pedagógico basado en el aprendizaje significativo, colaborativo, experiencial y situado. Las estrategias de enseñanza priorizan la participación del estudiante, el trabajo en equipo, la resolución de problemas, la creación de productos comunicativos, y el diálogo permanente entre teoría y práctica.

Campos disciplinares y saberes integradores

El programa se sustenta en una matriz epistemológica que articula saberes disciplinares, interdisciplinares y contextuales. Los principales campos disciplinares que configuran la malla curricular son:

- 1 Fundamentos y teorías de la comunicación como base conceptual para comprender los fenómenos simbólicos, culturales y mediáticos.
- 2 Narrativas y lenguajes mediáticos: orientados a la interpretación, creación, producción y distribución de contenido en diversos formatos y plataformas.
- 3 Comunicación estratégica: para la dirección y gestión de los procesos comunicativos en las organizaciones.
- 4 Tecnologías digitales, datos y algoritmos: como campo emergente de exploración técnica y de innovación.
- 5 Investigación en comunicación: con enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos aplicados a problemas del entorno.

Estos campos se integran en núcleos problemáticos que permiten abordar los fenómenos comunicativos desde distintas aristas, promoviendo la transversalidad curricular y la transferencia de saberes.

Los escenarios de aprendizaje incluyen aulas interactivas, laboratorios de creación y producción sonora, audiovisual y plataformas digitales, comunidades de práctica, y espacios de interlocución con actores del entorno. Estas estrategias favorecen el desarrollo de competencias comunicativas complejas, pensamiento estratégico, creatividad narrativa y responsabilidad ética.

La enseñanza en el programa no busca solo la reproducción de contenidos, sino la formación de sujetos capaces de pensar, interpretar, crear y transformar la realidad desde la comunicación y el periodismo, aportando a la construcción de sociedades más democráticas, diversas e informadas.

En consecuencia, las características curriculares del Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital reflejan una propuesta académica sólida, coherente con el modelo educativo de la Universidad Sergio Arboleda y alineada con las demandas del contexto contemporáneo. A través de un cuerpo docente cualificado, un estudiantado activo, una estructura normativa clara, una base disciplinar rigurosa y un enfoque pedagógico crítico, el programa garantiza una formación pertinente, actualizada y comprometida con el desarrollo humano, la democracia y la innovación.

02

PERFILES



- **Perfil del aspirante:** Personas creativas, interesadas en el mundo de la comunicación, con sensibilidad social y capacidad crítica, motivadas por el análisis del entorno mediático y la producción de mensajes con sentido de lo público.
- **Perfil del estudiante:** Estudiante con pensamiento crítico, sensibilidad social y apertura interdisciplinaria, interesado en comprender, crear y transformar el campo comunicativo en sus dimensiones narrativas, tecnológicas, sociales y culturales. Posee disposición para la investigación, la producción de contenidos innovadores y el uso ético y estratégico de herramientas digitales, con proyección en contextos organizacionales, locales y globales.
- **Perfil del egresado:** Profesional integral con pensamiento crítico, ética comunicativa y dominio de herramientas narrativas, analíticas y digitales, capaz de comprender, investigar y transformar fenómenos complejos del campo comunicativo. Produce, gestiona y analiza información en medios digitales y tradicionales, integra perspectivas interdisciplinarias para el diseño de estrategias comunicativas innovadoras, y lidera procesos en organizaciones sociales, públicas y privadas, con responsabilidad social y proyección global.
- **Perfil ocupacional:** El egresado está preparado para desempeñarse con solvencia en escenarios profesionales nacionales e internacionales, en los que la comunicación se concibe como un campo multidimensional que articula narrativas, tecnologías, economía política y ética. Su formación polivalente le permite adaptarse a entornos laborales cambiantes, caracterizados por la convergencia mediática, las mediaciones algorítmicas y la demanda de estrategias comunicativas creativas e innovadoras.

Perfil del estudiante	Perfil del egresado	Proyección Ocupacional Esperada	Conexión / Evolución
Pensamiento crítico, sensibilidad social y compromiso ético	Pensamiento crítico y ética comunicativa en el ejercicio profesional	Consultor/a en comunicación responsable, asesor/a en políticas de medios, periodista especializado/a en derechos humanos y comunicación ética.	El interés por la reflexión ética se consolida en una praxis profesional con impacto social y normativo.
Interés en comprender y transformar el campo comunicativo en dimensiones narrativas, tecnológicas, sociales y culturales	Capacidad de comprender, investigar y transformar fenómenos complejos del campo comunicativo	Investigador/a en comunicación, analista de medios y audiencias, estrategia de contenidos para entornos digitales y multimedia.	La motivación inicial se convierte en competencias para la investigación aplicada y el diseño de estrategias de impacto.
Apertura al trabajo interdisciplinario y proyección local y global	Integración de perspectivas interdisciplinarias y liderazgo en organizaciones sociales, públicas y privadas con proyección global	Director/a de comunicación organizacional, gestor/a de proyectos internacionales, coordinador/a de campañas de incidencia social y política.	La disposición a trabajar con diversas disciplinas se convierte en liderazgo de equipos y proyectos complejos a nivel nacional e internacional.
Exploración de narrativas innovadoras y uso ético y estratégico de tecnologías digitales	Dominio de herramientas narrativas y digitales para producir, gestionar y analizar información en medios digitales y tradicionales	Productor/a transmedia, periodista de investigación en entornos digitales, especialista en comunicación y marketing de contenidos.	La exploración inicial se transforma en dominio experto de herramientas y formatos narrativos contemporáneos.
Asume la comunicación como herramienta para construir ciudadanía, defender la verdad y promover la inclusión	Lidera procesos comunicativos con responsabilidad social y compromiso con la transformación positiva del entorno	Gestor/a de comunicación comunitaria, coordinador/a de programas educativos y culturales, responsable de responsabilidad social corporativa.	El sentido de propósito social se traduce en liderazgo de iniciativas que fortalecen la ciudadanía y la cohesión social.

03

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Se establecen seis competencias fundamentales, cada una con unidades de competencia y resultados de aprendizaje específicos, que permiten integrar el saber teórico, el saber práctico, el saber ético y el saber tecnológico. Estas competencias garantizan la transversalidad entre la formación académica, investigativa y profesional.

C1. Análisis Crítico del Campo Comunicativo y Periodístico

Identificar los fenómenos del campo comunicativo y periodístico para comprender su influencia en culturas, subjetividades y narrativas digitales.

Núcleos de competencia

- 1.1. Identificación de elementos y actores del campo comunicativo.
- 1.2. Evaluación de la influencia mediática en la configuración de subjetividades.
- 1.3. Análisis de narrativas digitales y su impacto cultural.

Alcance formativo

- 1.1. Reconoce los actores, medios, plataformas y dispositivos que configuran el campo comunicativo, comprendiendo sus roles, jerarquías y capitales. Desarrolla capacidad de observación sistemática, análisis contextual y mapeo de relaciones de poder y circulación simbólica.

- 1.2. Analiza críticamente cómo los discursos y mediaciones influyen en la construcción de identidades individuales y colectivas. Se forma en sensibilidad crítica, conciencia de sesgos y comprensión de los efectos sociales y culturales de la comunicación.

- 1.3. Interpreta narrativas digitales (memes, series, campañas, contenidos virales) y evalúa su incidencia en imaginarios colectivos. Desarrolla capacidad para desentrañar sentidos, simbolismos y efectos ideológicos, con miras a planear alternativas narrativas.

Resultados de aprendizaje (RA)

- RA1 Identifica y describe actores, medios y plataformas que conforman el campo comunicativo, analizando sus interacciones y efectos en la cultura.
- RA2 Evalúa críticamente cómo fenómenos mediáticos y digitales influyen en la construcción de identidades y subjetividades.
- RA3 Analiza narrativas digitales en diferentes plataformas, interpreta su impacto cultural y propone alternativas para su adaptación a contextos diversos.



C2. Apropiación de la Cultura Digital

Comprender y analizar críticamente la cultura digital para gestionar éticamente datos y procesos algorítmicos aplicados a la comunicación y el periodismo.

Núcleos de competencia

- 2.1. Análisis de datos para comprender comportamientos en entornos digitales.
- 2.2. Implementación de tecnologías digitales en proyectos comunicativos
- 2.3. Aplicación responsable de big data en estrategias comunicativas.

Alcance formativo

- 2.1. Análisis de datos para comprender comportamientos en entornos digitales Alcance formativo: El estudiante adquiere competencias en el manejo de datos, estadística básica y herramientas digitales para identificar patrones de consumo y participación. Desarrolla criterio para traducir datos en conocimiento estratégico.
- 2.2. Implementación de tecnologías digitales en proyectos comunicativos Alcance formativo: El estudiante integra tecnologías emergentes en la práctica comunicativa, evaluando pertinencia y limitaciones. Se fomenta la experimentación aplicada.
- 2.3. Aplicación responsable de Big Data en estrategias comunicativas Alcance formativo: El estudiante integra herramientas de big data en la

planificación de estrategias, garantizando la protección de datos y la privacidad. Se forma en responsabilidad digital y compromiso con derechos ciudadanos.

Resultados de aprendizaje (RA)

- RA1 Aplica métodos de análisis de datos para interpretar comportamientos y tendencias de audiencias en plataformas digitales.
- RA2 Incorpora herramientas digitales avanzadas en la producción y distribución de contenidos, maximizando su impacto.
- RA3 Diseña y ejecuta estrategias comunicativas basadas en big data garantizando privacidad y respeto a los derechos de los ciudadanos.



C3. Creación y producción de contenidos para entornos comunicativos

Desarrollar contenidos creativos y estratégicos para diversos medios y formatos, integrando principios narrativos, géneros comunicativos y criterios estéticos, mediante procesos de conceptualización, producción y adaptación, en función de audiencias, contextos y objetivos comunicativos.

Núcleos de competencia

- 3.1. Creación y diseño de contenidos comunicativos
- 3.2. Producción y gestión de contenidos en múltiples formatos y medios.
- 3.3. Producción y distribución ética de contenidos.

Alcance formativo

- 3.1. Desarrolla la capacidad de idear, estructurar y narrar contenidos en diferentes géneros (informativos, expresivos y persuasivos), aplicando principios de storytelling, lenguaje visual y coherencia discursiva. Fortalece habilidades creativas y conceptuales para la construcción de mensajes pertinentes en distintos medios y contextos.
- 3.2. Desarrolla la capacidad de producir, adaptar y circular contenidos en diversos formatos (textuales, visuales, sonoros y audiovisuales), utilizando herramientas y técnicas de produc-

ción, con criterios de calidad técnica, estética y pertinencia según el medio y la plataforma.

- 3.3. Diseña, produce y distribuye contenidos en el ámbito de la comunicación y el periodismo con una visión ética y estética, con responsabilidad social y ambiental.

Resultados de aprendizaje (RA)

- RA1 Crea contenidos originales y coherentes, articulando narrativa, intención comunicativa y formato, adecuados a diferentes medios, lenguajes y públicos. Articulado con la distribución de contenidos.
- RA2 Produce y adapta contenidos utilizando herramientas y recursos técnicos, asegurando su calidad, coherencia y pertinencia en diversos formatos, medios y plataformas.
- RA3 Identificar las transformaciones en la práctica periodística y comunicativa.



C4. Gestión de estrategias de comunicación

Comprender los modelos organizacionales para la dirección estratégica en comunicación digital y tradicional, diseñar y ejecutar planes de comunicación organizacional, corporativa y empresarial, así como la implementación de estrategias de comunicación, relaciones públicas, reputación y branding.

Núcleos de competencia

- 4.1. Reconocer los contextos organizacionales y estratégicos de comunicación organizacional y corporativa en diversos sectores.
- 4.2. Diseñar estrategias de comunicación, para organizaciones, instituciones o empresas a nivel nacional e internacional.
- 4.3. Proponer estrategias de comunicación en plataformas digitales y medios tradicionales para el fortalecimiento de la comunicación empresarial.

Alcance formativo

- 4.1. Comprende y evalúa los desafíos y oportunidades organizacionales, desarrollando su capacidad de análisis en escenarios empresariales, reconociendo los desafíos comunes que enfrentan los grupos de interés para detectar oportunidades en la creación de valor, aplicando un pensamiento crítico y orientado a soluciones.
- 4.2. Analiza el papel de la comunicación en la dinámica organizacional. Comprendiendo y evaluando críticamente cómo los procesos comunicativos influyen en la estructura, la cultura, el liderazgo y el funcionamiento general de diversos ti-

pos de organizaciones para el desarrollo de una óptima gestión de estrategias de comunicación organizacional.

- 4.3. Diseña propuestas creativas para la implementación de estrategias comunicativas, adaptando mensajes, medios y formatos tanto en plataformas digitales como tradicionales.

Resultados de aprendizaje (RA)

- RA1 Comprende el Entorno Empresarial y sus Modelos. Analiza críticamente los diferentes tipos de organizaciones, sus estructuras fundamentales y los modelos de negocio predominantes, identificando sus roles y la forma en que operan en el contexto económico actual para comprender los contextos organizacionales.
- RA2 El estudiante diagnostica y gestiona flujos de comunicación interna y externa, identificando las necesidades y desafíos comunicacionales dentro y fuera de una organización, proponiendo estrategias y herramientas para optimizar la interacción con sus diversos públicos y stakeholders.
- RA3 Crea proyectos de comunicación integrales, alineados con la identidad organizacional, orientados al posicionamiento, la gestión de la reputación y la resolución de problemáticas específicas, para la innovación de los procesos y procedimientos comunicacionales.



C5. Investigación y análisis en comunicación y periodismo

Reconocer los pasos de un proceso de investigación, evidenciando los enfoques, las metodologías de recolección y sistematización de información y los aportes otras disciplinas.

Núcleos de competencia

- 5.1. Desarrollar investigaciones en comunicación con enfoques cualitativos, cuantitativos o mixtos.
- 5.2. Evidenciar metodologías interdisciplinarias que aporten a la investigación en comunicación.
- 5.3. Evaluar el impacto de los medios y las tecnologías en la sociedad y la esfera pública mediática.

Alcance formativo

- 5.1. Desarrolla investigaciones con enfoque cualitativos, cuantitativos y mixtos utilizando técnicas propias del periodismo, el marketing y la psicología social al servicio de la gestión de la comunicación.
- 5.2. Reconoce las técnicas de recolección de información, los enfoques y las diferentes prácticas investigativas en comunicación.
- 5.3. Analiza tendencias y efectos de los medios y las tecnologías en las sociedades.

Resultados de aprendizaje (RA)

- RA1 Realiza productos e informes de investigaciones y de investigaciones - creaciones en comunicación.
- RA2 Utiliza técnicas de recolección y análisis de información, apoyado en otras disciplinas de las ciencias sociales y de la computación (Recuperación).
- RA3 Examina el impacto del discurso mediático en la esfera pública mediática (Análisis).



C6. Responsabilidad ética en la creación de productos, contenidos y narrativas.

Actuar con responsabilidad ética en el diseño y difusión de contenidos, promoviendo prácticas que respeten la diversidad y aporten al bien común.

Núcleos de competencia

- 6.1. Desarrollo de estrategias comunicativas éticas e inclusivas.
- 6.2. Identificación y resolución de dilemas éticos en comunicación digital.
- 6.3. Fomento de la educación y las ciudadanías digitales.

Alcance formativo

- 6.1. Aprende a diseñar campañas y contenidos que respeten la diversidad cultural, la inclusión y los derechos humanos. Se forma en ética aplicada.
- 6.2. Afronta dilemas reales (privacidad, discurso de odio, fake news) y desarrolla capacidades de resolución basada en principios éticos.
- 6.3. Diseña acciones pedagógicas (campañas de alfabetización, talleres, materiales didácticos). Se forma como comunicador con compromiso ciudadano y social.

Resultados de aprendizaje (RA)

- RA1 Diseña estrategias de comunicación que respetan principios éticos e inclusión en el entorno digital.
- RA2 Reconoce y resuelve dilemas éticos asociados a plataformas digitales, protegiendo privacidad y derechos de usuarios.
- RA3 Promueve educación y conciencia sobre el uso responsable de plataformas digitales para fortalecer una cultura digital positiva.



04

INVESTIGACIÓN

La investigación en el programa CSPD se desarrolla en dos dimensiones: la investigación formativa (presente en el aula como estrategia pedagógica) y la investigación científica (como producción de nuevo conocimiento). Ambas se articulan con las líneas prioritarias del programa:

- Comunicación, cultura, medios y sociedad: análisis crítico de la producción simbólica, las dinámicas de poder cultural y los procesos de mediación social.
- Comunicación estratégica: estudio de la gestión comunicativa en organizaciones, análisis de públicos, diseño de campañas y narrativas institucionales.
- Periodismo y narrativas: investigación en lenguajes periodísticos, innovación en formatos, ética informativa y memoria social.

La política de investigación promueve la participación en redes académicas, la integración con grupos interdisciplinarios y la articulación con las Áreas Prioritarias de Investigación institucionales, como Humanismo Cívico y Transformación Cultural, Comunicación Digital, Educación Inclusiva e Innovación.

Extensión Universitaria

Proyección social, diálogo de saberes y vinculación con el entorno.

La extensión universitaria es uno de los pilares de la educación superior con sentido público. En coherencia con el Proyecto Educativo Institucional (PEI) de la Universidad Sergio Arboleda y los lineamientos del programa de Comunicación Social y Periodismo Digital (CSPD), la extensión se entiende como un proceso continuo de interacción crítica, colaborativa y transformadora entre la Universidad y los distintos sectores sociales, culturales, económicos y comunitarios del entorno local, nacional e internacional.

En el marco del programa, la extensión trasciende la noción tradicional de “servicio” para constituirse en un espacio de diálogo de saberes, de aprendizaje mutuo y de impacto social mediante la mediación comunicativa. Desde esta visión, se propicia la participación de estudiantes y docentes en iniciativas que integran la formación académica, la investigación aplicada y el compromiso ético con la sociedad.



Líneas estratégicas de extensión en el programa CSPD

- 1 **Producción de contenidos con enfoque comunitario:** A través de la emisora La Sergio Radio, el programa produce piezas sonoras con participación de comunidades rurales, urbanas y académicas. Ejemplos como Mundo Rural, Radar Empresarial y Visión Café han permitido visibilizar procesos sociales, culturales y económicos de relevancia pública.

2 Proyectos de comunicación para el desarrollo: Los estudiantes, mediante prácticas y opciones de grado, desarrollan campañas, productos y diagnósticos comunicativos en organizaciones de base comunitaria, ONG, entidades públicas y redes territoriales. Estas experiencias fortalecen competencias de responsabilidad social y gestión estratégica de la comunicación.

3 Alianzas institucionales e intersectoriales: El programa mantiene convenios y vínculos con medios de comunicación, centros culturales, gremios y organizaciones sociales que permiten ampliar los escenarios de intervención profesional y articular el currículo con el contexto.

4 Eventos académicos y culturales de proyección social: Foros, coloquios, festivales audiovisuales, talleres de alfabetización digital y procesos de formación en comunicación para colectivos ciudadanos hacen parte de la agenda de extensión universitaria del programa.

Impacto y evaluación de la extensión

En coherencia con el objeto de estudio del programa, centrado en el análisis y transformación del campo comunicativo, las acciones de extensión se conciben como un laboratorio vivo de intervención social, donde la formación académica, la investigación aplicada y la responsabilidad social se articulan para generar transformaciones reales en comunidades y sectores estratégicos.

La evaluación de su impacto trasciende la medición de indicadores básicos e incorpora metodologías participativas y de investigación-acción que permiten verificar cambios concretos en las capacidades comunicativas, la apropiación tecnológica, la circulación de narrativas locales y el fortalecimiento de la ciudadanía digital.

Los indicadores cuantitativos —participación de estudiantes y docentes en proyectos comunitarios, número y alcance de productos comunicativos, reconocimiento por parte de actores externos, retroalimentación de aliados territoriales— se complementan con evidencias cualitativas como estudios de caso, testimonios, observación de procesos y medición de cambios en prácticas sociales y culturales.

Estos resultados son sistematizados y analizados en los comités de proyección social y prácticas profesionales, generando ajustes estratégicos que garantizan:

- Pertinencia, mediante el alineamiento con las necesidades reales de las comunidades y las tendencias del campo comunicativo.
- Sostenibilidad, a través de la continuidad de los procesos y la apropiación de los proyectos por parte de los actores locales.
- Calidad formativa, al integrar las experiencias de extensión en el currículo y potenciar competencias analíticas, éticas y creativas.

Con este enfoque, la extensión se consolida como un eje transversal del modelo formativo sergista, fortaleciendo competencias como el liderazgo con responsabilidad social y el pensamiento crítico y reflexivo, y asegurando que la acción universitaria deje una huella social, cultural y ética en los territorios donde interviene.

Bienestar Universitario

Acompañamiento integral para la formación humana

El componente de bienestar universitario en el Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital se sustenta en la convicción de que la formación profesional de excelencia solo es posible si se acompaña de condiciones adecuadas para el desarrollo humano, emocional, social y espiritual de los estudiantes. Esta perspectiva se alinea con el PEI de la Universidad Sergio Arboleda, que propone una educación centrada en la dignidad humana, la libertad responsable y la formación del carácter.

El bienestar no es concebido como una dimensión auxiliar, sino como un eje articulador del proceso formativo, que promueve la permanencia estudiantil, el equilibrio emocional, la inclusión y el fortalecimiento del proyecto de vida de cada estudiante.

Ejes de acción del bienestar en el programa

- 1 Acompañamiento académico personalizado:** Los estudiantes cuentan con el apoyo de tutores académicos, orientación pedagógica, nivelaciones, monitoreos y estrategias de fortalecimiento del rendimiento, en articulación con el Sistema de Acompañamiento Estudiantil de la Escuela.
- 2 Salud mental y emocional:** El programa promueve espacios de atención psicológica, talleres de manejo emocional,

círculos de escucha activa y actividades de prevención del estrés, en coordinación con el Departamento de Psicología y Bienestar Institucional.

- 3 Vida cultural, artística y deportiva:** Se estimula la participación en grupos culturales, colectivos artísticos, equipos deportivos y eventos institucionales, reconociendo la dimensión lúdica, creativa y expresiva del aprendizaje.
- 4 Inclusión y equidad:** En coherencia con las políticas institucionales, se desarrollan estrategias de inclusión para poblaciones diversas (estudiantes con discapacidad, estudiantes afrocolombianos, indígenas, víctimas del conflicto armado, población LGTBQ+, entre otros), garantizando condiciones de accesibilidad, acompañamiento y respeto por la diferencia.
- 5 Formación ética y sentido de comunidad:** Desde el enfoque humanista, se promueven acciones formativas en valores, ciudadanía, liderazgo ético y compromiso social. Estos procesos incluyen actividades de voluntariado, mentorías solidarias y participación en escenarios de deliberación colectiva.



Evaluación y seguimiento del bienestar estudiantil

El programa realiza seguimiento continuo al bienestar estudiantil a través de:

- Encuestas de clima institucional y bienestar.
- Indicadores de retención y permanencia.
- Reportes de tutorías y orientación psicológica.
- Participación en actividades extracurriculares.

Además, se articula con las instancias de Bienestar Institucional y de Permanencia Académica para el diseño de planes de mejora y estrategias preventivas.

Los capítulos de extensión y bienestar consolidan la dimensión humana, social y transformadora del Programa de Comunicación Social y Periodismo Digital. Mientras la extensión fortalece la relación con el entorno y la responsabilidad social, el bienestar garantiza condiciones integrales para la formación y el desarrollo del estudiante como sujeto ético, autónomo y comprometido. Ambos componentes expresan la materialización del PEI y del modelo de formación integral que orienta a la Universidad Sergio Arboleda.

05

PLAN DE ESTUDIOS

En coherencia con el objeto de estudio del programa —el análisis y transformación del campo comunicativo en sus dimensiones narrativas, tecnológicas, sociales, culturales, económicas y políticas— el plan de estudios se estructura bajo los siguientes lineamientos:



Enfoque interdisciplinar, crítico y situado

- Integrar saberes provenientes de la comunicación, el periodismo, las ciencias sociales, la tecnología, la economía política y la ética.
- Promover la comprensión de fenómenos comunicativos complejos desde perspectivas múltiples, fomentando la capacidad de análisis crítico y la reflexión situada en contextos locales y globales.

Articulación teoría-práctica desde el inicio de la formación

- Garantizar que cada ciclo formativo incorpore experiencias prácticas vinculadas con el análisis y la intervención en el campo comunicativo.
- Desarrollar laboratorios, talleres y proyectos que interactúen con escenarios reales, fortaleciendo competencias técnicas, narrativas y estratégicas.

Integración de la investigación formativa y aplicada

- Consolidar líneas de investigación articuladas al objeto de estudio, que sirvan como eje para proyectos de aula, semilleros, trabajos de grado y extensión.
- Favorecer metodologías de investigación y diagnósticos participativos que vinculen directamente la producción académica con necesidades sociales y oportunidades de innovación.

Incorporación transversal de la ética y la responsabilidad social

- Garantizar que todas las asignaturas, tanto teóricas como prácticas, aborden dilemas éticos y responsabilidades asociadas a la producción y circulación de la información.
- Enfatizar en la búsqueda de la verdad, la inclusión, la equidad y el respeto por la diversidad cultural en la formación profesional.



Desarrollo de competencias digitales avanzadas

- Incluir de forma progresiva competencias en producción de contenidos digitales, manejo de big data, analítica de audiencias, inteligencia artificial aplicada a la comunicación y gestión de plataformas interactivas.
- Formar en el uso crítico y estratégico de las tecnologías, entendiendo sus potencialidades y riesgos en el campo comunicativo.

Proyección social como eje transversal

- Asegurar que los proyectos de aula, las prácticas profesionales y las actividades de extensión estén orientados a generar impacto social y verificable.
- Involucrar activamente a estudiantes y docentes en iniciativas que fortalezcan las ciudadanías digitales y la participación comunitaria.

Internacionalización del currículo

- Incorporar referentes teóricos, estudios de caso y experiencias comparadas de otros contextos culturales y geográficos.
- Fomentar la movilidad académica, el intercambio de saberes y la participación en redes y proyectos internacionales vinculados con el campo comunicativo.

Flexibilidad y actualización permanente

- Diseñar el plan de estudios con componentes electivos y espacios de formación flexibles que permitan a los estudiantes profundizar en áreas de interés emergentes.
- Implementar procesos de revisión y ajuste curricular periódicos, en respuesta a cambios tecnológicos, sociales y profesionales en el campo comunicativo.



06

POLÍTICA DE EVALUACIÓN Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

Estrategias de aseguramiento de la calidad:

- Comités curriculares de la Escuela y del programa periódicos para el análisis y ajuste del plan de estudios.
- Procesos de autoevaluación y evaluación externa con participación de la comunidad académica.
- Indicadores de seguimiento a la permanencia, desempeño y empleabilidad.
- Articulación con el Sistema de Gestión de Calidad institucional y con los procesos de acreditación nacional e internacional.

El programa adopta una política de evaluación basada en el modelo de resultados de aprendizaje institucional, articulando el qué, el cómo y el para qué se aprende. La evaluación promueve el juicio crítico, la mejora continua y la autorregulación del estudiante. Además asume plenamente el sistema de gestión implementado por la Universidad ISO9001.

Componentes de la política de evaluación:

- Evaluación diagnóstica, formativa y sumativa.
- Criterios explícitos y rúbricas compartidas con los estudiantes.
- Retroalimentación continua, cualitativa y cuantitativa.
- Portafolio de evidencias de aprendizaje.

El compromiso con la calidad se traduce en el fortalecimiento de la planta docente, la actualización permanente de recursos pedagógicos, el desarrollo de competencias en entornos digitales, y la mejora constante de la experiencia formativa del estudiante.

El programa está presto a recibir auditorías a la gestión administrativa cada vez que sea requerido por las instancias pertinentes.



BIBLIOGRAFÍA

- Aparicio, R., & García-Marín, D. (2019). Comunicación y educación en la sociedad digital. Gedisa.
- Barbero, J. M. (2002). Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica.
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial.
- Eco, U. (1997). Apocalípticos e integrados. Barcelona: Editorial Lumen.
- Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.
- Marzano, R. J. (2007). The Art and Science of Teaching: A Comprehensive Framework for Effective Instruction. ASCD.
- Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili.
- Rincón, O. (2006). Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Norma.
- Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa.
- Universidad Sergio Arboleda. (2023). Proyecto Educativo Institucional (PEI). Bogotá.