



GERMÁN ANTONIO ARANGO FORERO

Formación académica formal:

- Doctor en Comunicación Social. Facultad de Comunicación, Universidad Austral, Buenos Aires, Argentina. Junio 2013. Título homologado por el Ministerio de Educación Nacional.
- Egresado del programa Media and Entertainment Management. Institute for Media and Entertainment. New York. Diciembre 2004.
- Comunicador Social y Periodista. Universidad de La Sabana. Colombia. Julio 1995.

Educación no formal:

- Diplomado en Docencia para la Educación Superior. Universidad Javeriana. 2006. 120 horas
- Diplomado en Comunicación y periodismo deportivo. Universidad de La Sabana. 2005. 120 horas

Trayectoria académica administrativa:

- Universidad Externado de Colombia. Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Facultad de Administración. Coordinador Académico de la Maestría en Comunicación y Gestión Deportiva. 2020-2026.
- Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Coordinador de investigación. 2013-2015
- Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Fundador y Director de programa de pregrado en Comunicación Audiovisual y Multimedios. 2006-2009.
- Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Director de Estudiantes. 2005-2006
- Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Jefe del Área Académica de Medios. 2002-2005.

Trayectoria académica docente:

-Universidad Externado de Colombia. Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Profesor Diseño de Proyectos de Investigación; Metodologías de Investigación; Taller de Periodismo Deportivo. 2025-actual.

-Universidad Externado de Colombia. Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Profesor Storytelling y Deporte. Maestría en Comunicación y Gestión Deportiva. 2020-2025.

-Universidad Externado de Colombia. Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Profesor Estudio y Análisis de Audiencias. Diplomado de Actualización en Comunicación y Periodismo. 2022.

-Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Profesor Emprendimiento en Comunicación. 2022.

-Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Profesor Media Economics. 2022. Actual

-Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Profesor de teorías de la comunicación. Maestría de Comunicación Estratégica y Maestría en Comunicación y Periodismo Digital. 2014-2015

-Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Profesor de Media Economics (Economía de Medios). Pregrado en Comunicación Audiovisual y Multimedios. 2008-2015

-Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Profesor de Análisis de Audiencias. Pregrado en Comunicación Audiovisual y Multimedios. 2009-2010.

-Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Profesor televisión informativa. 2002-2006

-Universidad de La Sabana. Facultad de Comunicación. Profesor de géneros periodísticos. Cátedra. 2000-2001

-Universidad Santo Tomás. Facultad de Comunicación. Profesor de énfasis en periodismo deportivo. Cátedra. 2005

-Universidad Externado de Colombia. Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Profesor de énfasis en periodismo deportivo. Cátedra. 1996-1998

PUBLICACIONES ACADÉMICAS

Artículos de investigación

-Roncallo-Dow, S., Arango-Forero, G. (2017). Introducing Three dimensions of audience fragmentation. Signo y Pensamiento, Vol.36 No.70. (74-90).

<http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v36n70/0120-4823-signo-36-70-00074.pdf>

- González, M., Roncallo, S., Arango-Forero, G. y Uribe-Jongbloed, E. (2015). Calidad en contenidos televisivos y engagement: análisis de un canal privado en Colombia. *Cuadernos.info*, Vol.37 (17-33).
<http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.37.812/pdf>
- Arango-Forero, G; Gómez-Giraldo, J.C.; Hernández-Rodríguez, J.C. (2014): Trascendiendo los discursos del rating. Cuando la recepción importa más que el consumo. Estudio empírico sobre la teleaudiencia colombiana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol.20, Núm. 2 (647-660).
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/47041/44112>
- Arango-Forero, G.A. (2013). Fragmentación de audiencias juveniles en un ambiente comunicativo multimedial: el caso colombiano. *Observatorio (OBS*) Journal* Vol. 7 No 4 (091-111). <http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/712>
- Hernández J, Gómez J, Gutiérrez L, Arango G (2011). La calidad, valor diferencial de la televisión informativa en el nuevo mercado de la comunicación: el caso de Colombia. *Revista Poliantea*. Vol.13 (29-43).
<http://alejandria.poligran.edu.co/data/publ/revi/polia/0013/flip/index.html>
- Gutiérrez L, Gómez J, Hernández J, Arango G (2011). Los noticieros espejo o la liviandad de la información. *Revista Anagramas*. Vol.9 No.8 (111-120).
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3719182>
- Arango, G., González, M. (2011). Young Audiovisual Audiences in Colombia: under the veneer of fragmentation and multiscreens. *Journal of Spanish Language Media*. Vol.4. (40-54). <http://www.spanishmedia.unt.edu/english/downloads/journal/vol4JSLM.pdf>
- Arango Forero, G; Bringué Sala, X; Sábada Chalezquer, Ch. (2010). La generación Interactiva en Colombia: adolescentes frente a la Internet, el celular y los videojuegos. *Revista Anagramas*. Vol. 9 No. 17 (45-56).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222010000200004
- Gómez J, Hernández J, Gutiérrez L, Arango G (2010). Los noticieros de la televisión colombiana 'en observación'. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teleinformativos de la televisión abierta en Colombia. *Revista Palabra Clave*. Vol.13 No.2 (217-250).
<http://revistas.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1762/2296>
- Arango Forero, G. (2008). Fragmentación de audiencias en una sociedad multicanal. Gustos y preferencias de adolescentes en Bogotá. *Revista Palabra Clave*. Vol. 1 No. 11 (11-28).
<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1412/1549>

Artículos de reflexión

-Arango-Forero, G. (2014). De los medios a las negociaciones. Nuevos desafíos en la era (pos)mediática. *Palabra Clave*. Vol.17 No.4 (1014-1022).

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/4808/pdf>

-Arango-Forero, G. Palabra Clave.(2013) Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra Clave*. Vol.16, No.3 (8):673-697.

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3560>

-Arango-Forero, G. Arango M.F., Llaña, L. Serrano M.C 2010). Colombian Media in the XXI Century: the reconquest by Foreign Investment. *Palabra Clave*. Vol.13 No.1 (59-76).

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1634/2070>

-Arango-Forero, G. (2007). Los peligros de la convergencia. *Revista Imaginanza*. Edición 5. (16-18).

-Arango, G. (2005) Siglo XXI. Hacia una nueva deontología del periodismo deportivo. *Revista Palabra Clave*. Vol.8 No.2 (139-151).

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1465/1633>

-Arango-Forero, G (2003). Realities, de la tele-verdad a la tele-realidad. *Revista Palabra Clave*. Vol.9 (11-29).

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/420/558>

-Arango-Forero, G. (2003) Reforma curricular: el nuevo reto del asesor académico. *Revista Palabra Clave*. Vol.8 (1-8).

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/415/553>

Libros:

-González-Bernal, M. Roncallo-Dow, S. Arango-Forero, G. (2018). Estudiar las audiencias, tradiciones y perspectivas. EUNSA-Universidad de La Sabana.

Capítulos de libro:

-Arango-Forero, G. (2020). Periodismo deportivo en Colombia: un siglo entre la violencia y la pasión. En Rojas-Torrijos, J. (Ed). *Cómo hacer periodismo deportivo. Una visión iberoamericana*. Editorial de la Universidad de Sevilla

-Arango-Forero, G. Roncallo-Dow, S. Uribe-Jongbloed, E. (2015). Rethinking Convergence: A New Word to Describe an Old Idea. En Lungmayr, A. & Dal Zotto, C. (eds). *Media Convergence Handbook*. Vol.1. Springer-Verlag. Berlin. P.p. 11-28.

-Arango-Forero, G. & Roncallo-Dow, S. (2013). Social Media and New Audiences as a New Challenge for Traditional and New Media Industries. En Friedrichsen, M. & Mühl-Benninghaus, W. (eds.) *Handbook of Social Media Management, Media Business and Innovation*. Springer-Verlag, Berlin. P.p. 635-655.

-Arango-Forero, G. (2013) A Case Study on Media Diversification Caracol and RCN channels-Beyond the traditional business model. En Albarran, A. (Ed.) *Media Management and Economics Research in a Transmedia Environment*. New York: Routledge.

-Arango Forero, G. (2012). The Radio Industry in Colombia. In Hendricks, J.A. (Ed.) *The Palgrave Handbook of Global Radio*. New York: Palgrave-Macmillan. p.p.401-415.

-Arango Forero, G., Gutiérrez, L., Forero, A., Valderrama, J., Prada, R., Barrera, L. C., et al. (2009). The media in Colombia. In A. Albarran (Ed.), *The Handbook of Spanish Language Media* (Vol. 1, pp. 63-76). New York: Routledge.

-Arango Forero G. (2008). Colombia. En Bringué Sala, X. Sábbada Chalezquer (Editores). *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Colección Fundación Telefónica. Editorial Ariel, Madrid. Pp. 262-270.

Consultorías en investigación.

-Arango, G. & González, M. (2014) Testeo entre las audiencias del producto Audiovisual El Laberinto de Alicia. Entidad contratante: Vicepresidencia de Programación y Mercadeo. Canal RCN.

-Arango, G & Gómez J.C. (2011). Proyecto de investigación. Las transmisiones de fútbol por televisión y la percepción entre las audiencias sobre Futbolmanía de RCN. Entidad contratante: Vicepresidencia de Programación y Mercadeo. Canal RCN.

-Arango, G. & González, M. (2009). Tendencias y hábitos de consumo en televisión entre adolescentes y jóvenes y expectativas del público objetivo frente a la creación del canal nacional de televisión universitaria. Entidad contratante: Telecaribe y Comisión Nacional de Televisión.

Conferencias magistrales o ponencias.

-Arango-Forero G. & Uribe-Jongbloed E. (2022). Sports Media Consumption: from Bogotá to Boston and Barcelona. Broadcast Education Association-Latinoamérica. Universidad Católica, Bogotá, octubre 10 2022.

-Arango-Forero G. (2022). El discurso periodístico. Tendencias actuales de producción periodística deportiva, siglo XXI. II Congreso Internacional de Investigación en Comunicación y Sociedad Digital. Universidad San Ignacio de Loyola (Usil), Lima, Perú. Octubre 14 de 2022.

-Arango-Forero, G. (2015). Periodismo deportivo. Una reflexión desde la razón, la interpretación, la pasión y el sentimiento. Semana de la comunicación. Universidad del Tolima, Ibagué, octubre 29 de 2015.

-Arango-Forero, G. & Domínguez, L.F. (2015). Comunicación Global: especialización temática, fragmentación de audiencias y conquista de mercados locales. El caso ESPN.

Lección magistral Cátedra José de Recasens. Universidad Externado de Colombia. 22 de octubre de 2015.

-Arango-Forero, G. & Roncallo-Dow, S. (2014). The end of mass communication. Introducing three dimensions of audience fragmentation. 11th World Media Economics and Management Conference. Universidad del Estado de Río de Janeiro, Brasil. Mayo 12-16 2014.

-Arango-Forero, G. (2012). Globalización y el fin de la comunicación masiva: fragmentación de audiencias en una sociedad multimedia. En I Simposio Internacional de Comunicación Global. Nuevos actores, estrategias y flujos de información. Universidad de La Sabana, Chía, Colombia, octubre 31 a noviembre 2 de 2012.

-Arango-Forero, G. (2012). Social media and new audiences as a new challenge for traditional and new media industries. In Formation of the new network post-society: new civilization challenges Rond Table. The X World Public Forum, Dialogue of Civilizations. Rhodes, Greece. October 6th 2012

-Arango-Forero, G. Arango-Kure, M.F. (2012). Young audiovisual consumption on developing media markets: a case study about Colombia. In with the new, but not out with the old. In the 10th World Media Economics and Management Conference. Aristotle University of Thessaloniki, Greece. May 23-27.

-Arango-Forero, G. (2012). A Case Study on Media Diversification Caracol and RCN channels-Beyond the traditional business model. In the BEA 2012 Research Symposium: Media Management and Economics Research in a Transmedia Environment. Las Vegas Convention Center. April 15th-18th 2012. Las Vegas, Nevada.

-Arango-Forero, G. González-Bernal, M. (2011). Audiencias audiovisuales juveniles en Colombia: bajo el paradigma de la fragmentación y el multitasking. En la V Jornada de Socialización de Resultados de Investigación. Universidad de La Sabana, Chía, Colombia, Octubre 26-28 2011.

-Arango-Forero, G. (2010). Young audiovisual audiences in Colombia: under the veneer of fragmentation and multiscreens. In Spanish Language Media 2010, panorama of opportunities. Center for Spanish Language Media. University of North Texas. Denton, TX, November 11-13, 2010.

-Gómez J, Hernández J, Gutiérrez L, Arango G (2010). Análisis de la estructura, cobertura y contenidos de los noticieros de la televisión abierta colombiana. Evento de socialización de resultados Proyecto Red De Observatorios. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Julio 29.

-Arango-Forero, G. González-Bernal, M. (2010). Consumos juveniles de televisión en Colombia: fragmentación generada por consumo multicanal. In the IX World Media Economics and Management Conference. Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia. Junio 2-6.

-Arango-Forero. G. et al. (2010). Social Media and Young Latinos: managerial and economic opportunities and challenges. In the IX World Media Economics and Management Conference. Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia. Junio 2-6.

-Arango-Forero, G. et al (2010) Colombian Media in the XXI Century: the reconquest of foreign investment. In the IX World Media Economics and Management Conference. Universidad de La Sabana, Chía, Colombia, Junio 2-6 2010.

-Arango-Forero, G. González-Bernal, M. (2009). Audiencias audiovisuales juveniles en Colombia: nuevos consumos, nuevas expectativas. En IV Jornada de Socialización de Resultados de Investigación. Universidad de La Sabana, 9 y 10 de septiembre.

-Arango-Forero, G. González-Bernal, M (2008). Audiencias Audiovisuales Juveniles en Colombia. Nuevos consumos, nuevas expectativas. Trabajo presentado en XI Encuentro Nacional de Televisión Canal Universitario Nacional. Mayo. Bogotá.

Reconocimientos y distinciones profesionales y académicas:

-Premio India Catalina a Mejor Presentador de Deportes, 2024

-Primer lugar, mejor trabajo de académicos. Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC). International Regional Conference, Santiago de Chile. Octubre 15-17 2015). Título de la ponencia: *González, M. Arango, G. Uribe, E. & Roncallo S. Televisión y Engagement: visión corporativa, contenidos y valoración de las audiencias. Análisis del caso RCN Televisión.*

-Segundo puesto en la categoría Ciencias Sociales y Humanas. V Jornada de Socialización de Resultados de Investigación. Universidad de La Sabana. Octubre 26-28 2011. Título de la ponencia: *Arango-Forero, G. González-Bernal, M. (2011). Audiencias audiovisuales juveniles en Colombia: bajo el paradigma de la fragmentación y el multitasking.*

-Mejor trabajo de investigación en el área de Ciencias Sociales y Humanas. III Jornada de Socialización de Resultados de Investigación. Universidad de La Sabana. Septiembre 10-11 2008. Título de la ponencia: *Arango-Forero, G. (2008). Audiencias adolescentes y juveniles en un ambiente de televisión multicanal.*

Analista, consultor, asesor en diseño de estrategias de comunicación:

-Eurofarma-Genfar. Diseño y ejecución del evento de experiencia Fiebre Mundialista. 2026. Barranquilla, Cali, Medellín, Bogotá y sesiones virtuales.

-Certificación RSPO Roundtable on Sustainable Palm Oil. Misión-Visión-proyección. 2024

-Vitalsetas. Hongos Funcionales. Storytelling, estrategia en diseño y construcción de marca. 2024

-Marsh McLennan. Aseguradora. Estrategia de comunicación interna y motivación. 2022-2023

-Gobernación de Cundinamarca. Programa formación de periodistas regionales. 2022-2023

-Amgen Colombia. Laboratorio farmacéutico. Taller sobre comunicación efectiva e identidad corporativa. 2020.

-Policía Nacional de Colombia. Taller de formación de oficiales voceros ante medios de comunicación. 2018

-RCN Televisión. 2014. Diagnóstico sobre identidad corporativa, impacto y relación con audiencias.

Trayectoria profesional en televisión y medios digitales:

-Caracol Televisión. Conductor del espacio Ditu es Mundial. Plataforma Ditu. 2026

-La Titular, proyecto digital y canales Red+ y Claro Sports. Director de contenidos y conductor. 2017-actual.

-Noticentro 1 CM&. Televisión Canal Uno. Presentador deportes, 2018-2024.

-La Pelota de Cristal. Podcaster. 2018-2022

-Noticias Uno, La Red Independiente. Colombia. Televisión y redes sociales. Director Deportes y anchor deportes. Fin de semana. 2001-2022

-ESPN. Conductor programa ESPN Fútbol Club. Comentarista en transmisiones deportivas. 2015-2019. Redes sociales.

-NTC Noticias. Canal Uno. Editor y presentador deportes. 1993-2000

-Q.A.P. Noticias. Editor y presentador deportes. 1992-1993

-Diario La Prensa. Editor Deportes, 1988-1992

-Agencia de noticias Colprensa. Redactor deportivo. 1985-1988