

**FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS VIRTUALES DE LA UNIVERSIDAD
INDUSTRIAL DE SANTANDER AL INTERIOR DE
TELEUIS – COMUNICACIONES.**

Mónica María Farfán Sanabria
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA
TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
FLORIDABLANCA
OCTUBRE 2013**

**FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS VIRTUALES DE LA UNIVERSIDAD
INDUSTRIAL DE SANTANDER AL INTERIOR DE
TELEUIS – COMUNICACIONES.**

Mónica María Farfán Sanabria
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA
TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA

Mg. Giovanni Bohórquez Pereira
Docente – Supervisor

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
FLORIDABLANCA
OCTUBRE 2013**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, octubre 9 de 2013

CONTENIDO

Agradecimientos

Resumen del proyecto

Abstrac

1. Introducción.....	9
2. Identificación de la Organización.....	13
2.1 Reseña Histórica.....	13
2.2 Misión y Visión.....	14
2.3 Estructura Organizacional.....	16
3. Objetivos.....	17
3.1 Objetivo General.....	17
3.2 Objetivos Específicos.....	17
4. Actividades desarrolladas.....	18
4.1 Fase indagación.....	18
4.1.1 Bases conceptuales.....	18
4.1.2 Categorización.....	23
4.1.3 Matriz DOFA medios virtuales.....	23
4.1.4 Cruce de variables de medios virtuales.....	26
4.1.5 Análisis de variables comunicación virtual.....	32
4.1.6 Análisis de entrevistas.....	34
4.1.7 Análisis de encuestas.....	37
4.2 Fase Planeación.....	40

4.3 Fase Aplicación.....	41
4.4 Fase Resultados.....	43
5. Actividades complementarias.....	45
6. Conclusiones.....	49
7. Recomendaciones.....	50
8. Bibliografía.....	51
9. Anexos.....	53

AGRADECIMIENTOS

A todo el equipo de TELEUIS – Comunicaciones, quienes me aportaron su experiencia y apoyo para mi crecimiento profesional.

A Giovanni Bohórquez quien fue mi guía y compañía en este proceso y durante parte de mi carrera.

A mi familia por todo el apoyo y el amor.

Y finalmente, a Dios por bendecirme a diario.

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS VIRTUALES DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER AL INTERIOR DE TELEUIS - COMUNICACIONES

AUTOR(ES): MÓNICA MARÍA FARFÁN SANABRIA

FACULTAD: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR(A): GIOVANNI BOHÓRQUEZ PEREIRA

RESUMEN

Este proyecto de pasantía se centró en el proceso comunicativo existente en la Universidad Industrial de Santander, a través de los medios virtuales. El principal objetivo era diagnosticar esta área de la comunicación institucional y plantear un plan operativo para ayudar a fortalecer esta dinámica.

Durante los seis meses de pasantía alterné a las actividades de apoyo a la labor del Equipo de Prensa de TELEUIS – Comunicaciones, se aplicaron dos instrumentos de recolección de información: entrevistas y encuestas, además de la consulta de expertos sobre la temática de la Comunicación Estratégica, Organizacional, Virtual y sus medios. Al igual que el desarrollo de un proceso de diagnóstico a través de matrices DOFA de los medios y de la comunicación virtual institucional.

Este ejercicio permitió principalmente resaltar la importancia de estos medios y la responsabilidad de TELEUIS – Comunicaciones de fortalecer esta dinámica y de integrar en esta labor al ‘Equipo de Profesionales de Comunicación’ que hacen parte de la UIS, desde diferentes áreas.

PALABRAS CLAVES:

Comunicación estratégica, Comunicación organizacional, Comunicación virtual, Medios virtuales, Redes Sociales.

VºBº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Virtual Media Strengthening Industrial University of Santander within TELEUIS - Communications

AUTHOR(S): MÓNICA MARÍA FARFÁN SANABRIA

FACULTY: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR: GIOVANNI BOHORQUEZ

ABSTRACT

This final degree project was centered on the communication processes that the Industrial University of Santander carries out through virtual means. The main aims of this work were to identify the current situation of this area of institutional communication and to propose an operational plan to strengthen this dynamic. In the last six months of my internship, and alternating with my work in TELEUIS press office, data was collected through interviews, surveys and experts consultation on strategic, organizational and virtual communication. In addition to this, a SWOT analysis was made taking into account the media and virtual communication in this institution. This work allowed us to bring the importance of this media and the TeleUIS – Communications team responsibility under the spot light. They play a central role in the strengthening of this dynamic and the integration of communication professionals of different areas.

KEYWORDS:

Strategic communication, organizational communication, virtual communication, Virtual Media, Social Networking.

VºBº DIRECTOR OF GRADUATE WORK

FORTALECIMIENTO DE LOS MEDIOS VIRTUALES DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER AL INTERIOR DE TELEUIS - COMUNICACIONES

1. INTRODUCCIÓN

No es desconocido para todas las personas y todos los sectores de desarrollo económico, social e intelectual, que las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, son el factor revolucionario del presente siglo. Pero, conocer o hacer parte de este mundo virtual no garantiza lograr obtener excelentes beneficios tecnológicos dentro de las organizaciones o en el incremento social e individual.

Esta situación se puede presentar, si las denominadas TICs no se utilizan adecuadamente desde una planeación apropiada, según los intereses, objetivos, públicos, necesidades y exigencias del mercado. Mario Aguer al respecto aporta que “no existe correlación entre los niveles de inversión en las Tecnologías de la Información y el desempeño de los negocios”¹

Dentro de la gran gama de oportunidades ofrecidas por las TICs, se destacan las llamadas comunidades virtuales o Red social, de la cual son reconocidas dos clases: la de redes de usuarios, que en palabras de Mario Tascón son “redes generalistas u horizontales, que están enfocadas a todos los usuarios sin distinción, para que hagan uso de la red según sus preferencias personales”², y el segundo gran grupo que el mismo autor denomina de, “segmentación por tipo de contenidos”³. Del primer grupo los más representativos y de fácil identificación son

¹ AGUER, Mario Hortal. “La Era de las Organizaciones Virtuales”. Ediciones Pirámide. Madrid, 2005.

² TASCÓN, Mario. “Escribir en internet: Guía para los nuevos medios y las redes sociales” Galaxia Gutenberg, S.L. Barcelona, Septiembre 2012.

³ TASCÓN, Mario. “Escribir en internet: Guía para los nuevos medios y las redes sociales” Galaxia Gutenberg, S.L. Barcelona, Septiembre 2012 Pág.153

Facebook y Twitter, mientras que del segundo grupo hacen parte *Flickr* (representante de etiquetados colectivos de información) y *You Tube* medio de fácil acceso a televisión digital y video.

Surge la inquietud de ¿por qué estudiar estas redes y no otras?, la respuesta apunta a la organización para el cual estaba orientado este plan de trabajo. Actualmente la Universidad Industrial de Santander, UIS, tiene a su servicio cinco de estos medios, de los cuales el más antiguo es su portal web con diez años de actividad y los más recientes las denominada redes sociales con dos años.

Es por esto que la orientación principal de esta propuesta de Pasantía, centró su atención en la revisión y análisis de la dinámica de los medios virtuales, que son actualmente utilizados por la UIS, en sus procesos de comunicación e información con la comunidad universitaria y el público en general.

Partiendo de esta perspectiva operacional, fue necesario entrar a estudiar y analizar, a fin de posteriormente proponer, qué está ocurriendo en y cómo vienen siendo operadas estas tecnologías a favor de las Comunicaciones de la UIS y cómo se puede aprovechar más en el ejercicio comunicativo interno y externo.

Se hace necesario que este tipo de avances tecnológicos brinden mayores beneficios de los ya alcanzados y aprovecharlos para la consulta e interacción con otros públicos.

En concordancia con lo expuesto, el experto Francisco Fernández asegura que la proliferación de diferentes tipos de herramientas sociales ha provocado que cada vez sea más necesario conocer no sólo sus diferentes características, para determinar cuál de ellas se adecua mejor a los objetivos comunicacionales de la

organización, “sino también como interaccionan entre sí para lograr la mayor efectividad posible.”⁴.

Sobre estos parámetros se centró la siguiente propuesta, que fue avalada y trabajada en conjunto por el grupo de profesional de TELEUIS - Comunicaciones de la UIS y que tuvo como objetivo contribuir al fortalecimiento de los canales de comunicación existentes con la comunidad universitaria, quienes son su público objetivo, sin desconocer el interés de la utilización de los mismos para el área administrativa y público en general de la ciudad, el país y el mundo.

En el siguiente documento se presenta el proceso realizado, durante la pasantía en Teleuis – Comunicaciones, según los objetivos del proyecto, de identificar y clasificar los medios virtuales utilizados por la Universidad Industrial de Santander, de establecer debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de cada uno de los medios virtuales, de formular un ‘Plan Operativo’ para mejorar la dinámica comunicativa de la UIS con sus públicos a través de los medios virtuales y de implementar una de las líneas del plan operativo como prueba piloto.

Este proceso se cumplió, básicamente, en 4 fases: la primera de indagación, en la que se realizó recolección de información a través de herramientas como: entrevistas, encuestas, consulta y referenciación de expertos teóricos; la segunda de diagnóstico, en la que se realizó una matriz DOFA de los medios y de la comunicación virtual; tercera de planeación, en la basado en la información obtenida de los medios se plamó 3 líneas de acción del Plan Operativo para la Comunicación Virtual de la UIS: aplicación, apropiación y consolidación; y finalmente, la cuarta etapa se basa en la realización de una de las tres línea, y que en este caso fue la primera: aplicación, que abarcó la presentación de los medios, la organización de un taller sobre herramientas digitales, la difusión de tips de

⁴ FERNÁNDEZ, Francisco. “Comunicación Interna 2.0: La gestión de portales corporativos y redes sociales” Ediciones: Ciencias Sociales. Madrid, 2011 Página 147

redacción para web y la construcción de unas pautas de redacción institucional para web.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

El campus principal de la Universidad Industrial de Santander está ubicado en Bucaramanga, en la Carrera 27 con calle 9.

2.1 *Reseña Histórica*⁵

Oficialmente fueron inauguradas las labores de la Universidad Industrial de Santander, en el patio de la Escuela Industrial Dámaso Zapata, el primero de marzo de 1948. Con tres facultades de Ingeniería: Eléctrica, Mecánica y Química, la UIS aceptó sus primeros veinte estudiantes. El problema de la escasez de ingenieros como profesores se solucionó con la inmigración efectos de la Segunda Guerra Europea.

En 1953, fue ocupada por primera vez la sede de la ciudad universitaria. Para 1954 se amplió la oferta académica con dos programas de Ingeniería: Metalúrgica y Petróleos.

En 1957 con el apoyo financiero de ECOPETROL y de la UNESCO se abrió el Instituto de Investigaciones Científicas. Para 1958 la comunidad estudiantil ascendió a 675 y estaba en ejecución el plan maestro de construcción de los edificios del campus universitario.

En 1967 la Facultad de Ciencias de la Salud atendía estudiantes en sus cinco programas profesionales: Bacteriología, Fisioterapia, Nutrición, Medicina y Enfermería; tras la fusión con la Universidad Femenina. Se ubicó desde sus inicios junto al Hospital Universitario Ramón González Valencia.

⁵ Universidad Industrial de Santander. Antecedentes históricos. [En línea] <http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/02-19%20WEB_HistoriaUIS.pdf> [Citado en julio 26 de 2013]

En 1967, se creó del programa de Trabajo Social. Y hasta 1970, los programas de: Ingeniería de Sistemas y Licenciatura en Idiomas. Y 1973, Licenciaturas en Matemáticas y Biología.

2.2 Misión⁶

La Universidad Industrial de Santander es una organización que tiene como propósito la formación de personas de alta calidad ética, política y profesional; la generación y adecuación de conocimientos; la conservación y reinterpretación de la cultura y la participación activa liderando procesos de cambio por el progreso y mejor calidad de vida de la comunidad.

Orientan su misión los principios democráticos, la reflexión crítica, el ejercicio libre de la cátedra, el trabajo interdisciplinario y la relación con el mundo externo.

Sustenta su trabajo en las cualidades humanas de las personas que la integran, en la capacidad laboral de sus empleados, en la excelencia académica de sus profesores y en el compromiso de la comunidad universitaria con los propósitos institucionales y la construcción de una cultura de vida.

Visión⁷

Como visión general en el año 2018, la Universidad Industrial de Santander se habrá fortalecido en su carácter público, aportando al desarrollo político, cultural, social y económico del país, como resultado de un proceso de generación y adecuación de conocimiento en el cual la investigación constituye el eje articulador de sus funciones misionales.

La Universidad habrá desarrollado exitosamente una política de crecimiento

⁶ Universidad Industrial de Santander. Principios de la Universidad. [En línea] <<http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/index.html>> [Citado en julio 26 de 2013]

⁷ IBID

vertical, mediante la cual se crearán y consolidarán programas de maestría y doctorado de alta calidad, sustentados en procesos de investigación pertinente para la región y el país.

La Institución habrá contribuido al desarrollo regional, mediante la formación del talento humano, la investigación y la extensión, reflejado en el mejoramiento de la calidad de vida, la competitividad internacional y el crecimiento económico. Como parte de este proceso, se ampliará la cobertura con la creación y consolidación de programas misionales pertinentes y soportes estratégicos en su sede central y en sus sedes regionales tanto a nivel profesional como a nivel tecnológico, atendiendo a la política de formación por ciclos aprobada por el Consejo Superior.

La Universidad habrá consolidado una política de articulación global que le ha permitido incrementar de manera significativa los resultados de sus procesos misionales mediante la cooperación con instituciones educativas y de investigación de alto prestigio, empresas, entidades gubernamentales, egresados y otros entes públicos y privados nacionales e internacionales.

La Universidad habrá fortalecido en toda su organización una cultura de gestión de alta calidad de los procesos misionales, estratégicos y de apoyo.

Como resultado de la actualización permanente de sus programas académicos, la Universidad forma personas con las competencias apropiadas para liderar el desarrollo económico y social y para realizar proyectos educativos e investigativos, que contribuyan al logro de las metas de desarrollo del país y a la consolidación de una sociedad del conocimiento a nivel regional, nacional e internacional.

La Institución habrá consolidado su estabilidad financiera y modernizado su infraestructura física y tecnológica.

2.3 Estructura Organizacional⁸

La Universidad Industrial de Santander cuenta con una estructura organizativa encabezada por el Consejo Superior, representada legalmente por el Rector, quién tiene adscrito el resto de estructura: Consejo Académico, Planeación, Dirección de Control Interno y Evaluación de Gestión, Oficina de Control Interno Disciplinario, Dirección de Contratación y Proyectos de Inversión, Vicerrectoría de Investigación y Extensión, Vicerrectoría Administrativa, Decanaturas, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, y Vicerrectoría Académica. Esta última dependencia es a la que actualmente la figura de Teleuis -Comunicaciones está adscrita. (Ver anexo 1)

La estructura organizacional que integraba la antigua Dirección de Comunicaciones es la que actualmente integra Teleuis -Comunicaciones, dependencia que sigue encargada de la comunicación institucional, que comprende el comité de medios de las cuatro áreas de comunicación que tiene a su cargo: Grupo de prensa, Grupo de Radio, Grupo de Televisión y Protocolo. La figura de Pasantes y/o practicantes está adscrita a la Dirección y cumple funciones integrales en las cuatro áreas. (Ver anexo 2)

⁸ Universidad Industrial de Santander. Organigrama general. [En línea] <<http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/organigrama.html>> [citado en julio 26 de 2013]

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Fortalecer al interior de TELEUIS - Comunicaciones los medios virtuales de la Universidad Industrial de Santander.

3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar y clasificar los medios virtuales utilizados por la Universidad Industrial de Santander desde los diferentes soportes.
- ✓ Establecer debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de cada uno de los medios virtuales en sus diferentes soportes.
- ✓ Formular un Plan Operativo que permita mejorar la dinámica comunicativa de la UIS con sus públicos a través de los medios virtuales.
- ✓ Implementar una de las líneas del Plan Operativo como prueba piloto.
- ✓ Actualizar la base de datos de comunicadores 2013 incluyendo redes sociales.
- ✓ Acompañar las actividades de comunicación definidas por TELEUIS - Comunicaciones de la Universidad Industrial de Santander.

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

4.1 FASE DE INDAGACIÓN

Durante esta fase se desarrollaron diferentes actividades fundamentales de recolección de información sobre los medios virtuales de la Universidad Industrial de Santander: consulta y referenciación de expertos teóricos, identificación y clasificación de los medios, matriz FADO, entrevistas a los responsables de dichos medios y encuestas a la comunidad universitaria.

4.1.1 Bases conceptuales

Es necesario, antes de proceder a desarrollar la propuesta, realizar una búsqueda de fundamentos conceptuales relacionados con la comunicación organizacional, comunicación estratégica, tic's, web 2.0 y redes sociales.

El experto de la comunicación organizacional Joan Costa define, “las formas de comunicación aplicada que se fundamentan en dos grandes pilares: la *Sociología*, pues la comunicación es cosa de personas y grupos humanos, y la *Tecnología* de comunicaciones, de la que nos servimos para producir e intercambiar mensajes”⁹. Esta estructura de comunicación con el paso del tiempo coge más fuerza, pues actualmente la comunicación está guiada por el ritmo de los avances tecnológicos, que le brindan nuevos espacios, técnicas y formas de comunicación a organizaciones, instituciones, medios de comunicación y las diferentes áreas donde se desarrollan a diario proceso y/o acciones comunicativas.

Desde esta mirada organizacional se presenta a la comunicación bajo un rol fundamentalista, pues su desempeño en las empresas es básico. “La

⁹ COSTA, Joan. “Una historia persona de la comunicación” [En línea] <http://www.joancosta.com/comunicacion_texto1.htm> [citado en julio 29 de 2013]

comunicación es un factor de poder en las organizaciones que hace posible la cohesión e identidad de sus miembros”¹⁰.

En la sociedad de la información se concibió la revolución de los servicios, que según Joan Costa¹¹ integran los intangibles, la comunicación institucional y la utilización participativa de los servicios; lo que representa un modelo interdisciplinario que tiene como objetivo la integración eficaz de la comunicación y el servicio. Esta actividad comunicativa se basa en el intercambio de símbolos, imágenes, datos, informaciones y servicios, desarrollados en la interactividad de la realidad virtual.

“La comunicación estratégica presenta un método concreto de gestión destinado a articular todas las comunicaciones estáticas en el marco de una estrategia general que las englobe”¹², se enfatiza en determinar y catalogar todos los tipos de comunicaciones existentes en la organización, y con los cuales pueda reorganizar una estrategia, que fortalezca y genere cambios necesarios. “La comunicación estratégica es una interactividad, una tarea multidisciplinaria que pretende trabajar con una empresa en situación y proyección”¹³.

Retomando el concepto de comunicación organizacional, Sandra Fuentes señala que “la comunicación, como eje estratégico, es el sustento, la guía y el centro en torno al cual gira la dinámica organizacional. Por tal motivo, supone para la organización inscribir todos sus procesos administrativos, productivos,

¹⁰REBEIL CORELLA, María Antonieta. RUIZ, Celia. “El poder de la comunicación en las organizaciones”. PYV Editores.

¹¹ Universidad de la Plata Argentina. El nuevo paradigma de comunicación institucional en sociedades complejas. pdf [En línea] <
<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&ved=0CGkQFjAI&url=http%3A%2F%2Fperio.unlp.edu.ar%2Fojs%2Findex.php%2Fquestion%2Farticle%2Fdownload%2F607%2F518&ei=4vT2UfSVF5DW8gT0h4DADw&usq=AFQjCNH0P3pOy8qKRiQCW9sZz1n-rhkCyg&sig2=Qj4IIMPW5FeyqU8jw3G-VA>> [citado en julio 29 de 2013]

¹² SCHEINSOHN, Daniel. “La comunicación estratégica”. Argentina, 2009. Ediciones Granica S.A

¹³ SCHEINSOHN, Daniel. “La comunicación estratégica”. Argentina, 2009. Ediciones Granica S.A P93

comerciales, etc., así como sus diferentes públicos en una permanente interacción estructurada e integral que permita de manera productiva y competitiva alcanzar sus objetivos corporativos”¹⁴.

Haciendo referencia a este último aspecto de la comunicación organizacional estratégica a través de las Tic's, Sandra Fuentes¹⁵ en su documento *La comunicación, eje estratégico de las organizaciones* cita a Octavio Islas Carmona quien señala que “El Internet es mucho más amplio que la WWW. El sistema Internet de la institución representa el escaparate virtual de toda institución que ha decidido prolongar su identidad y actuación institucional al ciberespacio”. Además Sandra destaca que a pesar de la proliferación de los portales web en las instituciones es reducido el número de instituciones que ha conseguido constituir y mantener un espacio de desarrollo de comunicaciones institucionales productivo. A lo que agrega que “para conformar el ‘sistema nervioso digital’ es indispensable desarrollar eficientes sistemas de información Internet, Intranet y Extranet”

A este ideal de comunicación, Mario Aguer en su libro *La era de las organizaciones virtuales*, agrega que las tecnologías de la información ayudan a las transformaciones de las empresas, entre “más altos niveles de transformación mayores son los beneficios potenciales”.¹⁶ Estos cambios según Aguer tienen repercusiones directas con la gestión estratégica de las organizaciones, como nuevas formas de relaciones internas y externas, nuevas formas de trabajo, criterios de medición diferentes, entre otras.

¹⁴ Asociación latinoamericana de investigadores de la comunicación. La comunicación eje estratégico de las comunicaciones [En línea] <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin11/congreso_comunicacion_organizacional.htm> [Citado en julio 29 de 2013]

¹⁵ Asociación latinoamericana de investigadores de la comunicación. La comunicación eje estratégico de las comunicaciones [En línea] <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin11/congreso_comunicacion_organizacional.htm> [Citado en julio 29 de 2013]

¹⁶ Aguer, Mario. *La era de las organizaciones virtuales*. Madrid: Ediciones pirámide, 2005. Cap 4

Para la comunicación organizacional, actualmente, no es una opción mantener continuidad con las nuevas tecnologías. “En el mundo de los intangibles lo que tiene peso son la marca, la calidad... el trabajo en equipo, las relaciones, la identidad, innovación, creatividad y la inteligencia empresarial¹⁷.”

La comunicación organizacional debe ser un conjunto armónico constituido por elementos informativos claves de la empresa que constituyan un mensaje coherente e interesante para comunicar. “Los auténticos protagonistas de la comunicación son los públicos. En ellos y sólo en ellos, reside el éxito o el fracaso de un proyecto de comunicación. Se deben considerar a los públicos como sujetos pensantes. La adaptación al entorno exige conocer las necesidades, actitudes y hábitos de los públicos con quienes se debe desarrollar una permanente interacción”¹⁸.

Según Sergio Llano Aristizabal¹⁹ la web 2.0 plantea retos para la comunicación organizacional y reseña algunos de ellos entorno a las comunicaciones externas e internas, desde la elección, apropiación y utilidad de las herramientas que brinda la web. Principalmente, habla respecto a cuatro lineamientos: el primero, se enfoca en la planeación basada en el conocimiento organizacional (necesidades, posibilidades, limitantes y características de las web); el segundo es el conocimiento práctico de los medios y herramientas de la web 2.0 y sus dimensiones comunicativas; el tercero, se centra en la apropiación de los integrantes de la organización a través de capacitaciones, sensibilización y definición de normas y/o políticas de uso y participación en los mismos; y finalmente, el cuarto lineamiento sugiere el establecimiento de un sistema de evaluación e indicadores de gestión de dichas herramientas.

¹⁷Razón y Palabra. La Comunicación Organizacional de cara al siglo XXI. [En línea] <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n32/mvalle.html>> [Citado en julio 30 de 2013]

¹⁸ DEL PULGAR, Luis. “Comunicación de empresa en entornos turbulentos”.

¹⁹OCAMPO, María Cristina. Comunicación Empresarial. Bogotá: ECOE Ediciones. 2011. Capítulo 8

Por su parte, Francisco Fernández²⁰ define a las web 2.0 como la web social que le otorga protagonismo al usuario por las herramientas de participación que le facilita para un diálogo más amplio y que le permita compartir todo tipo de contenido.

Es evidente que la principal característica que otorga la web a las organizaciones es la participación activa de las personas. Esta idea es respaldada por Alfredo Madrigal, autor de la versión en español del 'Mapa Mental Web 2.0' que es citado por Francisco Fernández Beltrán²¹ en su tesis doctoral '*El portal Web como eje de la gestión de la comunicación interna*' y quien señala que más que una tecnología es una actitud de participación y cooperación, en la que la difusión de ideas debe ser concisa y clara y en la que el usuario es el centro.

Entre la gama de herramientas que la web brinda para las organizaciones, se encuentran las redes sociales que sirven para todos los ámbitos comunicativos: internos y externos. Desde lo interno, según Kurt Lewin²² aportan fundamentos psicológicos de comportamiento grupal, sirve como canal de interacción entre los individuos y se basa en dos variables de comportamiento: personas y ambiente, que determina las necesidades de uso de las redes sociales.

Este nuevo modelo de comunicación incluye dentro de la gama de herramientas el portal web y otras herramientas de contenido. Básicamente existen tres elementos²³, que lo constituyen: la información para públicos internos y externos; el conocimiento de cultura, competencia y organización; y la conformidad que

²⁰ FERNÁNDEZ, Francisco. Comunicación interna 2.0: la gestión de portales corporativos y redes sociales. Madrid: Ediciones ciencias sociales. 2011 Capítulo 7

²¹ FERNÁNDEZ, Francisco. El Portal Web como eje central de la gestión de la comunicación interna. [En línea] <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10464/09_elportal.pdf.txt?sequence=37> [Citado en julio 30 de 2013]

²² ESCOBAR, Beatriz. Las redes sociales como herramientas de comunicación interna en las organizaciones

²³ Aguer, Mario. La era de las organizaciones virtuales. Madrid: Ediciones pirámide, 2005. Cap 4

evidencia buenas relaciones, confianza, clima y visión de los objetivos para la adecuada ejecución de estos nuevos espacios de comunicación.

4.1.2. Categorización

La identificación de medios se basó en la consulta de diferentes expertos teóricos y en la documentación sobre los medios virtuales existentes en la universidad.

La información que se tuvo en cuenta fue: el medio, la dirección URL, el título del espacio, la fecha de creación, el autor, la tipología de medio, el propósito u objetivo, el libre acceso al medio, el contenido principal, la existencia de mapas de navegación y los destinatarios.

La División de Servicios de Información de la UIS es la responsable de la creación de cada uno de los medios virtuales, ha sido a través de su gestión que se ha evidenciado la presencia de la universidad en el mundo virtual.

Estos medios tiene como público objetivo: la comunidad universitaria, principalmente. Pero con el avance y fortalecimiento de este tipo de medios en la comunicación organizacional, también brinda la posibilidad de comunicación e interacción con otras institucionales, organizaciones gubernamentales, medios de comunicación locales, nacionales e internacionales y otro tipo de organizaciones o entidades del sector educativo. (Ver anexo 3)

4.1.3 Matriz FADO de medios virtuales

La matriz FADO se realizó de forma individual para cada medio y de forma general, para la comunicación virtual.

La matriz FADO permite identificar aspectos negativos y positivos internos y externos, en este caso de los medios y de la comunicación virtual. Este instrumento permite definir desde los aspectos negativos estrategias y/o acciones que superen estas falencias y que por otra parte, potencien los aspectos positivos existentes.

Es importante nombrar de nuevo que la Universidad Industrial de Santander cuenta con presencia en cinco medios virtuales: página web, redes sociales (facebook y twitter) y sitios web de contenido (you tube y flickr).

a. Página Web

La página web es el medio más antiguo, dentro de la gama de medios virtuales que oferta la universidad. La razón por la que se creó, inicialmente, fue la de hacer presencia en este nuevo espacio de comunicación.

Durante más de diez años, el sitio web de la UIS ha brindado información institucional oficial. Y solo con el auge de las comunicaciones virtuales y la existencia de una Dirección de Comunicaciones, que actualmente se llama TELEUIS – Comunicaciones, es que la dinámica de trabajo se ha modificado, orientada a una comunicación participativa y noticiosa.

De la matriz DOFA hecha a la página web sobresale que, este medio, brinda muchas oportunidades de fortalecimiento a esta nueva dinámica comunicativa virtual, aunque existen algunas debilidades en el medio, como el diseño. (Ver anexo 4)

b. Fanpage Facebook y cuenta de Twitter

Facebook y *Twitter* son las redes sociales más populares del momento. Este tipo de medios virtuales han revolucionado la comunicación en las organizaciones y principalmente, en la dinámica de la universidad se ha evidenciado, pues desde

2010 y a través de la gestión de la DSI, la UIS cuenta con perfiles oficiales en dichas redes.

Inicialmente, la motivación de contar con estos espacios, al igual que los otros medios virtuales, fue la hacer presencia en ellos.

Del análisis DOFA sobre las redes sociales se puede señalar que son medios virtuales ágiles que brindan un espacio de comunicación e interacción entre los diferentes públicos objetivos de la universidad. (Ver anexo 5 y 6)

c. Canal de You tube y perfil de Flickr

Entre los sitios web de contenido, *you tube* es uno de los más populares. Por su parte *Flickr* basa su popularidad en la comunidad de usuarios que comparte fotografías creadas por ellos mismos.

Desde hace dos años la UIS utiliza estos medios de contenido para compartir con sus diferentes públicos los productos audiovisuales y fotográficos que se realizan durante el acontecer universitario. Pese a este objetivo de uso, flickr desde 2011 dejó de usarse.

A través de la Matriz DOFA se identificó que este tipo de medios de contenido permite, principalmente, tener grandes cantidades de almacenamiento de productos audiovisuales y de archivo fotográfico. Además de permitir el compartir estos video o imágenes con los públicos. La principal falencia de estos medios, es que debe definirse una estrategia comunicativa clara que optimise su existencia. (Ver anexo 7 y 8)

4.1.4 Cruce de variables de medios virtuales

La matriz DOFA representa un instrumento de diagnóstico y evaluación organizacional, de elementos comunicativos internos y externos. Este proceso incluye un cruce y análisis de variables que permitan identificar elementos para estructurar una estrategia sobre las variables negativas: debilidades y amenazas, y que permita mejorar las variables positivas: oportunidades y fortalezas.

A continuación se presentan los resultados de las variables de la Matriz DOFA de los cinco medio virtuales de la Universidad Industrial de Santander, UIS. Los resultados son presentados en 3 grupos: página web, redes sociales y medios de contenidos:

a. Variables Debilidades – Fortalezas Página Web:

La Universidad Industrial de Santander cuenta con este medio virtual hace 10 años, aproximadamente y desde lo empírico de su creación ha sido manejado sin una estrategia comunicativa específica y se ha mantenido sobre un diseño web, visualmente denso y con demasiada información.

Basado en el inicio de la página se encuentran algunos elementos favorables: la oferta del módulo de “recursos” con enlace al correo electrónico institucional, el calendario, la biblioteca, entre otros; la presentación de un número significativo de aliados de la institución y re-direccionamiento a los sitios web; la convergencia con otros medios institucionales; y la presentación y conexión con los cuatro medios virtuales restantes.

El acontecer de la universidad brinda diversidad de información para alimentar, fortalecer y posicionar la página web, lo que permite informar con mayor inmediatez a la comunidad universitaria y a los diferentes públicos.

El lenguaje, la jerarquización, las políticas editoriales son aspectos fundamentales al elegir un medio como fuente oficial de información de una institución. Mejorar o definir adecuadamente objetivos, estrategias y acciones que guíen el manejo del este medio, hace posible la efectividad de la comunicación.

Otros aspectos de la página web que deben tenerse en cuenta, para mejorar son: la señalética virtual que brinda la orientación de recursos o secciones del portal; las limitaciones en la conexión con la transmisión de las emisoras, con la ampliación de la imagen de los videos de “Actualidad UIS” y con la sección de noticias, que solo presenta 6 publicaciones; y la alimentación continua de secciones como las de las sedes.

En cuanto las noticias publicadas, se encuentra que falta información de contextualización en algunas imágenes y fotografías utilizadas, también que existen diversidad de formatos de archivos adjuntos y que para acceder a información complementaria se deben realizar excesivos pasos.

b. Variables Oportunidades – Amenazas página Web:

La página web, desde la visión comunicativa organizacional, representa un foco de oportunidades por: servir para difundir el acontecer universitario, representar un canal estratégico de comunicación, ser un espacio de referencia y contacto con diferentes organismos y entidades el sector educativo, aliados, comunidad universitaria, medios de comunicación y sociedad en general.

Existen diferentes factores que hacen relevante un sitio web, entre esos el diseño. En este caso la limitada estética visual de la página resalta la importancia de pensar en innovar el diseño web, que permita cuidar la identidad institucional y que logre motivar y atraer a los diferentes públicos.

Internet ofrece diversos recursos virtuales que son conocidos y utilizados por quienes montaron y actualmente, manejan la página. Pero es importante, determinar los beneficios de estos recursos y cómo se deben utilizar adecuadamente para conseguirlos.

La Universidad Industrial de Santander cuenta con una unidad de Comunicación (Teleuis – Comunicaciones) quien debe ser la única encargada de canalizar la información para este y los diferentes medios virtuales de la universidad. El equipo de profesionales de comunicación que en este momento hacen parte de la UIS es amplio y desde las dependencias o unidades que cuentan con estos profesionales y las que no, se debe direccionar los contenidos informativos para que sea supervisados por el eje central de la comunicación de la UIS, quién debe tener a su cargo un profesional que se realice correcciones de estilo para la web.

(Este modelo de canalización de información debe aplicar para este y diferentes medios institucionales, impresos, televisión, radio, boletines de prensa, entre otros).

La manipulación de la información a través de diferentes fuentes de comunicación de la institución afecta la credibilidad, identidad, efectividad de la Universidad. Al igual que los cambios inesperados de personal (periodistas o web máster) afecta la continuidad del funcionamiento técnico y comunicativo.

c. Variables Debilidades – Fortalezas Redes Sociales:

Las redes sociales son un medio virtual ágil que permite crear lazos informativos permanentes con los públicos. La UIS tiene, desde hace dos años, cuentas en twitter (@uisenlinea) y un fanpage en facebook (uis en línea) que son seguidas por más de 13 mil usuarios, entre estudiantes, administrativos, docentes y comunidad en general.

En cuanto a twitter se puede señalar que las publicaciones hechas no son tan permanentes y que publicar debe ir más allá de copiar – pegar una parte de la información publicada en la web. Como este es un medio de publicaciones cortas (140 caracteres) se debe manejar un lenguaje virtual dinámico, que con menos palabras diga lo más importante, lo que permite la implementación de siglas coherentemente, al igual que recursos multimedia y enlaces que re-direccionen a la información completa. Por este último aspecto es importante redactar hábilmente la información porque el enlace utiliza un número de caracteres, lo que reduce el espacio de publicación.

Sobre el fanpage de facebook se puede decir que las publicaciones no son tan permanentes, que se replica el texto o parte del mismo publicado en la página web. Esta red social permite una interacción clara y evidente sobre las publicaciones, permite hacer publicaciones extensas e incluir diversos recursos virtuales. Es importante, realizar una selección cuidadosa de los contenidos, sobre todo cuando se van a utilizar imágenes de apoyo (que exista texto que contextualice la imagen, que sea de buena resolución si es bajada de internet y si no son cosas directamente institucionales justificar por qué se publicaron).

Facebook ofrece “aplicaciones” gratuitas para los fanpage, como la de “eventos” (o calendario), esta aplicación es uno de los recursos utilizados por el perfil de la UIS pero que no ha sido actualizada desde Marzo de 2011. Esto es un factor negativo porque le transmite a los seguidores de este perfil, que la información publicada es desactualizada.

La integración y la interacción son factores importantes de la comunicación que las redes sociales permiten potenciar y fortalecer. Diferentes UAA (Unidades Académicas y Administrativas) por iniciativa propia cuenta con perfiles en estas redes sociales, lo que sirve de apoyo para la comunicación de la universidad. Es importante identificar cuáles tienen redes sociales e integrarlas al ejercicio

comunicativo de los perfiles oficiales de la UIS, pues es un factor positivo que genera confianza y atrae nuevos seguidores, al brindarles la certeza de encontrar la información o el contacto que necesitan.

Contar con las redes sociales no da por hecho que beneficien las comunicaciones de la universidad, para optimizar la utilidad de estos medios virtuales es importante mejorar en: la actualización permanente de información, el manejo adecuado del lenguaje virtual, acorde a estos medios y al discurso institucional; la definición de políticas editoriales institucionales que orienten la función de estos medios, de quién los maneja y de los criterios de jerarquización de información.

d. Variables Oportunidades – Amenazas Redes Sociales:

Entre las principales oportunidades de las redes sociales se encuentran: ser un espacio de encuentro entre la universidad, la comunidad universitaria, medios locales, sociedad en general desde cualquier parte del mundo; la oferta de recursos o herramientas virtuales.

Facebook por su parte oferta automáticamente perfiles similares a la UIS, que coinciden con cuentas de algunas UAA, que ayuda visualizar la oportunidad de integración virtual a través de la referenciación y oficialización de las cuentas de las unidades que hacen parte de la UIS.

La ventaja más evidente de contar con las redes sociales es su servicio gratuito.

e. Variables Debilidades – Fortalezas Medios de Contenido:

La Universidad Industrial de Santander, UIS, entre sus medios virtuales cuenta con 3 canales de You tube (**uisvideo**), (**memoriasuis**), (**uisicyt**) y un perfil en Flickr (**uis en línea**), TIC's de contenidos que permiten publicar y almacenar grandes cantidades de productos, unos audiovisuales y otro fotográfico.

Es una fortaleza tener un espacio en las TIC's, como lo son este tipo, que permiten potenciar aspectos de identidad, imagen, pertenencia, familiaridad, además de comunicación efectiva, dinámica y ágil.

En la gama de beneficios que brindan las TIC's a una organización se destaca, que este tipo de TIC's, ayudan para que la redacción en otros medios sea más interactiva.

En las publicaciones que la UIS realiza en la página web y en las redes sociales se puede citar el link de los video publicados en el canal You tube, primero para ofrecer a las personas estos recursos, destacando la existencia de este medio virtual, donde puede encontrar variada información sobre el acontecer universitario.

Desde el análisis del perfil de you tube de **uisvideo** se debe tener en cuenta:

- Cuidado de la imagen institucional. No se deben montar videos que no sean producción de la universidad, estas publicaciones se diferencian por su extensión de tiempo, concepto audiovisual, identidad institucional, textos periodísticos, entre otros aspectos.
- En la presentación de estos productos en la página de you tube, es necesario redactar un texto de contexto sobre el video, que informe a los seguidores del canal o usuarios de you tube de qué trata, quién lo realizó.
- Actualmente, estos productos son presentados con un titular, que es el mismo utilizado en la página web en la ventana de "Actualidad UIS", donde se destaca el video más reciente.
- Flickr es un almacenador de grandes cantidades de material fotográfico, que haría parte de una estrategia de comunicación interna, principalmente, porque se conservaría un registro fotográfico, especie de "memoria visual" de los eventos internos, donde todo el personal administrativo, docente y

estudiantil se vería identificado. Deben utilizarse textos de identificación de actividad o reunión.

f. Variables Oportunidades – Amenazas Medios de Contenido:

Entre las oportunidades que ofrece la web y por ende los medios virtuales como You Tube y Flickr es la posibilidad de llegar a millones de personas desde cualquier parte del mundo.

Aspectos como el acceso directo a los contenidos a través de una dirección que se puede compartir y el almacenamiento gratuito de los contenidos audiovisuales y fotográficos, también hace parte de la gama de oportunidades que la web permite y a través de estos dos medios se logran obtener.

You tube igualmente, ofrece la posibilidad de crear comunidad en torno a las figuras de “suscriptores” y “suscripciones” y oferta el servicio de seguimiento y medición de audiencias “insights”.

La principal amenaza de este tipo de medios es que el servicio deje de ser gratuito o que deje de funcionar.

4.1.5. Análisis de variables Comunicación virtual

Desde una visión general a continuación se presenta el cruce de variables de la matriz DOFA de las comunicaciones virtuales de la Universidad Industrial de Santander a través de los medios virtuales que cuenta. (Ver anexo 9)

a. Variables Debilidades - Fortalezas:

De la comunicación virtual que actualmente la Universidad Industrial de Santander realiza a través de cinco medios se debe trabajar en varios aspectos: el primero, la convergencia que permite que entre los medios exista simultaneidad de

publicaciones, respondiendo esta solución a un ideal de estrategia de comunicación.

Segundo, la página web es el principal medio virtual, sitio oficial de comunicación de la universidad, por lo tanto se debería evaluar el diseño web, que desde 2009 no ha sido modificada. En búsqueda de un concepto novedoso, que respete la imagen institucional, pero que promueva la identidad de la universidad, además que proporcione la información más importante y siga incluyendo los espacios web de las diferentes UAA. Al igual fortalezca la convergencia de los medios virtuales y que supere algunas limitaciones de recursos, como los videos de "actualidad UIS".

Tercero, la figura de un Community Manager debe incluirse en la estructura organizacional. Una persona que se encargue de mantener a diario la simultaneidad de contenidos, respetando el lenguaje y estilo institucional, además de la redacción adecuada para cada medio virtual.

Y cuarto, la Dirección de Comunicaciones, actualmente TELEUIS - Comunicaciones debe orientar el funcionamiento de estos medios, al establecer unas políticas editoriales y manuales de estilo.

Es importante destacar, que la universidad con el auge del internet y de las TIC's se ha interesado por tener presencia en estos procesos tecnológicos, por eso tiene cuentas oficiales en: facebook, flickr, twitter y you tube, además del portal web. Y la diversidad de información que la institución produce a diario da para mantener estos canales de comunicación vigentes.

b. Variables Oportunidades - Amenazas:

Entre las oportunidades que los medios virtuales se pueden identificar las siguientes:

El ser de carácter gratuito permite que las comunicaciones virtuales de la universidad, se conviertan en espacios de encuentro entre la universidad, la comunidad universitaria, medios de comunicación, sociedad en general desde cualquier parte del mundo; además de integrar una estrategia de identidad institucional fuerte a través de la interacción que los medios virtuales ofrece; y también la utilidad de informar de manera permanente, rápida desde las principales Tic's.

4.1.6 Análisis de las Entrevistas

Se realizaron tres entrevistas a los responsables de la creación, administración y funcionamiento de los medios virtuales, ellos fueron: Ingeniero Benjamin Pico, Ingeniera Leonilde Marínez y Facilitadora TELEUIS - Comunicaciones Mayra Jurado.

Con ellos se logró establecer aspectos administrativos, históricos y operativos de los medios virtuales UIS. (Ver anexos 10, 11 y 12)

RESULTADO DE ENTREVISTAS

Luego de la transcripción, jerarquización y análisis de las entrevistas, a continuación se presenta un registro de los componentes historia y operacionalización de los medios: página web y otros medios virtuales.

1. Página Web

Historia

En 1995, La División de Servicios de Información de la universidad respaldó la iniciativa universitaria, de estudiantes de último semestre de Ingeniería de Sistemas, de crear el primer prototipo del portal web institucional. Este proyecto tenía como propósito afirmar la presencia de la UIS en internet, a raíz del auge del internet en el país.

La UIS en compañía de la Universidad Nacional, la Universidad de los Andes y la Universidad del Valle participaron en el proyecto nacional de conexión a internet, que principalmente permitía transferencia de archivos y correos electrónicos.

Tras esta participación la UIS en 1997 presentó la primera página web estructurada. Inicialmente era contenida por información estática de textos institucionales como: oferta académica, organigrama, historia, ubicación, entre otros temas similares.

En 2001, se hizo una segunda versión de esta página web. El contenido seguía con textos estáticos, sin opciones de consulta y sin intervención de la Oficina de Comunicación.

En 2005, hubo una tercera versión de la página web que presentaba información dinámica.

Y en 2009 fue la última modificación o cuarta versión, que está vigente. Contenida por más información, recursos de consulta, convergencia de medios y publicación de noticias, entre otros aspectos.

Actualmente

Desde hace más de diez años la administración de este portal web ha estado a cargo de la Ingeniera de Sistemas, Leonilde Martínez. La dinámica que ella ha desarrollado durante este tiempo es publicar la información que la oficina de comunicaciones o prensa envía a diario, referente a noticias del acontecer universitario.

Los criterios de jerarquización de las publicaciones en el portal web tiene como prioridad la información relacionada con eventos académicos y básicamente

orientados a la comunidad estudiantil y se anuncian de acuerdo a la fecha de realización de cada evento.

2. Otros medios virtuales

Aproximadamente, hace dos años fueron creadas las cuentas de la universidad en las principales redes sociales y redes de contenido, con el objetivo de afirmar presencia de la UIS en estos medios virtuales de comunicación.

La División de Sistemas de Información encargada de los dominios principales de dichas cuentas, realizó una capacitación con siete facilitadores de algunas dependencias administrativas como: Relaciones Exteriores, la Vicerrectoría de Investigación y Extensión, Dirección Cultural, Dirección de Comunicaciones, Secretaría General y la misma, DSI. Encargando a estas personas la administración y actualización de las cuentas oficiales de la universidad en las redes sociales. Algunas temáticas que trató esta capacitación fueron: aplicaciones, utilidad de enlaces, caracteres de publicación y perspectivas de impacto de estas redes.

Los facilitadores fueron capacitados para realizar publicaciones cada 40 minutos, con el propósito de que la información fluya desde todos los puntos que se acogieron a la propuesta.

Por parte de la facilitadora de la antigua Dirección de Comunicaciones se realizó un diagnóstico de estos medios virtuales, entre las sugerencias se encuentra: que un espacio como facebook no se debe limitar a publicaciones académicas, se puede debatir, invitar, sugerir o promocionar distintas actividades del quehacer diario de la UIS. De twitter señaló que la estrategia es la inmediatez y la sagacidad, la brevedad en las palabras pero generando información de impacto y

compartiendo información de diferentes índoles, que permita la interacción con los seguidores.

Finalmente, la propuesta presentada en este informe abarca 4 aspectos: la elaboración de un plan que permita responder a las frecuentes situaciones de crisis, la presentación de una estrategia de generación de contenidos gráficos, la generación de sentido de pertenencias con una franja a aspectos de historia institucional y último, dar respuesta a las solicitudes, críticas y mensajes de los seguidores.

Sobre los criterios de publicación actualmente optados, se basan en: noticias de alto impacto, noticias de desarrollos actuales, noticias que generan sentido de pertenencias y orgullo (convenidos, visitas, tecnología, eventos, cultura...)

Los medios de contenidos son administrados por la DSI, pero los contenidos publicados en estos sitios son suministrados por Dirección de Comunicaciones, actualmente Teleuis – Comunicaciones.

4.1.7 Análisis de Encuestas

Otro instrumento de recolección de información utilizado en este proceso fue la encuesta, la cual permitió identificar percepciones y opiniones sobre aspectos como: contenido, utilidad, conocimiento entre otros, de los principales públicos internos sobre los medios virtuales de la UIS.

La encuesta fue aplicada a la comunidad universitaria: profesores, estudiantes y administrativos, quienes integran una población de aproximadamente, 20.000 personas. La muestra de 200 encuestas correspondió a 0.1% del universo total. El cuestionario a responder constó de 20 preguntas con opciones de respuesta. (Ver anexo 13)

a. Resultados Encuestas

A continuación se presentan los principales resultados de este instrumento:

- De acuerdo a los resultados, los encuestados tienen en un 69% acceso a internet móvil. El dispositivo más común para utilizarlo es el PC o portátil en un 47%, seguido de un 40 % los teléfonos celulares.
- De los cinco medios virtuales con los que cuenta la UIS, los encuestados manifestaron su preferencia por la página web y el fanpage de Facebook, en un 41% y 34%, respectivamente.
- Frente a la pregunta, ¿Cuál es el medio que más consulta?, el 62% de los encuestados respondieron que la página web, el 28% Facebook, el 6% Twitter y el 4% You tube.
- Aunque la UIS cuenta con 4 medios virtuales, identificados por la comunidad universitaria (página web, Facebook, twitter y youtube), se evidencia la falta de unificación y/o simultaneidad de publicaciones a través de los mismos. Para lo que proponen los encuestados, como sugerencia, estar actualizando contenidos de manera coherente, consecuente e igual para todos los medios.
- La solicitud de información se hace en un 63% a través de la página oficial de la universidad. En un 27% y 9% respectivamente en Facebook y twitter. En estos últimos, cuando se requiere información, a pesar de ser calificada como oportuna en un 75%, se presentan quejas acerca de la utilidad, rapidez y existencia de las respuestas.
- Los medios virtuales a disposición de la UIS ofrecen información académica para sus públicos. Con esta encuesta se pudo identificar otros aspectos a tener en cuenta para futuras publicaciones, como empleo, alendario académico, deportes, solicitudes, documentos, reglamentos e investigación y convocatorias.

- Un 100% de los encuestados unánimemente destacaron la importancia de que la Universidad cuente con los medios virtuales y justificaron que: Facilitan la información, son una ventaja competitiva, influye mucho el auge de la globalización y la masividad de los medios y de información, que brindan soluciones oportunas sin necesidad de hacer desplazamientos físicos, además de ser fuente de integración y cercanía apoyado en la tecnología.
- Un aspecto negativo que se identificó es que un 59% desconoce qué es “Actualidad UIS”, pero cabe resaltar que al indicarles a las personas la ubicación y el servicio audiovisual presente en la página web, un 57% señaló que si ha visto estos videos y que un 46% los califican como apropiados. A lo que un 30% indicó que son de poco interés, abriendo el cuestionamiento a ¿qué tipo de contenidos le gustaría ver en estos medios? Y que fue respondido en la pregunta 10, concluyendo así: documentales, eventos UIS, actividades estudiantiles, beneficios de convenios y ofertas de empleo.
- Otro aspecto para analizar es que, un 49% de encuestados señalaron que el mejor horario para publicar información en los medios virtuales es la mañana; seguido de un 27% para la noche.
- En las sugerencias hechas a los medios, llama la atención que al medio principal de comunicación de la universidad, la página web, le recomiendan dinamizar y mejorar su diseño. Más allá de lo escrito en el papel, durante la aplicación del instrumento, se escucharon opiniones acerca de la estructura de la página y la rigidez que proyecta, además de la distorsión en actualización de publicaciones, pues al **inicio** de la misma, el espacio es muy reducido para las noticias (máximo 6 publicaciones), lo que relega las otras noticias a las siguientes “páginas” (*más noticias aquí*). A lo que también detallaban que la señáletica de la página era muy confusa, pues muchos desconocían que habían opción de encontrar más noticias, porque pensaban que sólo las que estaban al inicio eran las únicas y que no tenían acceso al “archivo” de noticias pasadas.

- En las sugerencias hechas a las redes sociales, se concluye que hace falta integración entre las cuentas existentes de otras partes de la universidad como Escuelas, Sedes y Unidades administrativas – académicas (UAA), esto para brindar sentimiento de contacto y unificación de toda la comunidad UIS.
- Finalmente, se puede destacar que los encuestados señalaron que hacían faltan contenidos que promovieran la **identidad UIS**, aspectos que fortalecieran el sentido de pertenencia y que identificara a los miembros académicos, administrativos, estudiantiles como una comunidad solidificada. (Ver anexo 14)

b. Conclusiones Encuestas

A través de las encuestas se identificó que la comunidad universitaria valora la existencia de los medios vituales, que actualmente cuenta la universidad; que entre los medios virtuales el más conocido y utilizados es la página web; que es muy débil la convergencia de medios; que los públicos tienen diversidad de temas de interés; que falta proveer la identidad UIS además de promocionar los productos comunicativos institucionales, que permita generar mayor familiaridad con esta labor y finalmente, el mejoramiento o transformación de la página web, pues la identifican como un medio muy denso de información y con diseño poco amigable.

4.2 FASE DE PLANEACIÓN

En esta fase de planificación se construyó el ‘Plan Operativo’ según las necesidades de los medios y de la comunicación de la organización, identificadas a través de los instrumentos de recolección de información aplicados.

Este plan operativo está guiado por tres objetivos, que fundamentan las tres líneas de ejecución: el primero, generar conocimiento y dominio sobre los medios virtuales de la UIS en el equipo de comunicadores vinculados a TELEUIS – Comunicaciones y otras unidades/divisiones/departamentos. Como segundo objetivo está el generar productos virtuales acordes a los conocimientos

adquiridos sobre los medios virtuales con los que cuenta la UIS. Y el tercer objetivo es constituir e institucionalizar la Red de Comunicadores 'Community Manager's' responsables de los medios virtuales de la UIS.

A través de este plan se busca fortalecer la dinámica de trabajo en los medios virtuales desde la autonomía del equipo de comunicadores que actualmente hacen parte de la UIS, lo que permitía una mayor agilidad comunicativa y fomentaría el trabajo en equipo, orientado y/o supervisado por la Dirección de TELEUIS – Comunicaciones.

Para las actividades definidas para cada objetivo, se definió igualmente las personas responsables para su cumplimiento. (Ver anexo 15)

4.3 FASE DE APLICACIÓN

Durante esta fase de aplicación se realizó la primera línea del 'Plan Operativo' que abarcó actividades como: la presentación de los medios virtuales desde la definición original de cada medio y lo que es el medio en la institución; la coordinación desde la Dirección de TELEUIS – Comunicaciones del 'Taller de Herramientas de Intervención Digital' para todo el 'Equipo de Profesionales de Comunicación' que hacen parte de la UIS; la difusión de tips semanales que les brinden ayudas prácticas sobre la redacción web, basada en fuentes importantes como: Fundación del Español Urgente (Fundéu) y Manual de Estilo para Nuevos Medios; y la construcción de unas Pautas de Redacción Web que contiene los pasos básicos para escribir para estos medios virtuales y aspectos técnicos e institucionales.

a. Presentación de medios virtuales

La primera acción que presenta la línea de apropiación es la presentación de los medios virtuales. La información que se ofrece de los 5 medios son aspectos

generales y la información relacionado con su existencia en la universidad, como: año de inicio, autor, contenido y generador de contenidos. (Ver anexo 16)

b. Contenido Taller de Herramientas de Intervención Digital

La División de Recursos Humanos de la UIS cuenta con el Subproceso de Formación Profesional, que ofrece talleres y/o capacitaciones al personal administrativo de la Universidad. A través de la gestión de TELEUIS – Comunicaciones se logró brindar a los profesionales de comunicación actualmente vinculados a la UIS un taller sobre '*Herramientas de Intervención Digital*', el cual tenía como objetivo aprender, construir y aplicar los fundamentos del manejo de Tic's, considerando aspectos claves para una integración de habilidades y competencias de diferentes áreas del conocimiento, sin importar la formación previa que pueda tener.

El contenido del primer módulo del taller se basó en: el diseño de la arquitectura de información de sitios web, el software para la creación y diseño de sitios web, la generación de productos multimedia (textos, fotografías, audios, videos e infografía), la gestión del sitio web, la atracción de la audiencia, la integración de redes sociales y creación de comunidad, el marketing digital, el comercio electrónico en sitios web, el posicionamiento en motores de búsqueda y el análisis de mediciones de tráfico del sitio web.

c. Tips de redacción digital

Con el objetivo de orientar la redacción digital de los productos publicados en los medios virtuales de la UIS, se buscó en una fuente reconocida consejos prácticos para escribir en la web.

'Manual de Estilo para Nuevos Medios' hace parte de la Fundación del Español Urgente –Fundéu-, que es asesorado por la Real Academia Española. Este sitio

web se centra en la orientación del español y su redacción en los nuevos medios virtuales. (Ver anexo 17)

d. Pautas de Redacción Institucional

A partir del modelo 'Pautas de Redacción' generado en la experiencia de práctica en el Departamento de Comunicaciones y RRPP de la Universidad Pontificia Bolivariana (Ver anexo 18)

4.4 FASE DE RESULTADOS

a. Taller de Herramientas de Intervención Digital

Este taller se planeó con una intensidad horaria en su primer módulo de 24 horas, durante tres fines de semana los días viernes y sábados, de 4:00 p.m a 8:00 p.m y de 8:00 a.m a 12:00 m, respectivamente.

En este proceso de formación, desde la gestión de la dirección de TELEUIS – Comunicaciones, se vinculó a todos los profesionales de comunicación que desde diferentes dependencias y/o unidades colaboran en el ejercicio comunicativo de la UIS y que cumplían los requisitos del Subproceso de Formación Profesional de la División de Recursos Humanos.

En total participaron, 15 personas: comunicadores de las sedes Málaga, Barbosa y Socorro; de la División de Recursos Humanos, Vicerrectoría de Investigación y Extensión, de la Facultad de Salud, del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, Emisoras UIS, periodistas profesional en Diseño Gráfico y facilitadora de TELEUIS – Comunicaciones.

Esta capacitación no ha finalizado aun por los inconvenientes de orden público del 'Paro Nacional Agrario' que afectaron la movilidad de las personas y

funcionamiento de las instalaciones de la universidad. Los próximos 11 y 12 de octubre se retomarán las clases de la última sesión que faltaba. (Ver anexo 19)

Tips de redacción digital:

Inicialmente, se escogieron 10 tips, para compartir aproximadamente dos por semana con algunos de los integrantes de Equipo de TELEUIS – Comunicaciones, como prueba piloto. Esta dinámica consistía en elegir claves de redacción que orientaran la construcción de textos, principalmente, para la web, consultado a través de fuentes reconocidas.

El ejercicio comunicativo se realiza bajo el direccionamiento de TELEUIS – Comunicaciones, por tal motivo la prueba piloto de los ‘tips de redacción’ y de las ‘pautas de redacción institucional’ se realizaron con el equipo de prensa. (Ver anexo 20)

Pautas de redacción institucional:

A través de las pautas de redacción se buscaba crear un instructivo de fácil de compartir y que recopilara aspectos destacados del lenguaje institucional, para orientar la redacción para los medios virtuales de la universidad.

Igualmente este ejercicio debe ser complementado, socializado y evaluado para futuras aplicaciones, quizás en proceso de inducción para nuevos integrantes del equipo de profesionales vinculados a la UIS.

La prueba piloto también se realizó con el equipo de prensa. (Ver anexo 21)

5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Durante los 6 meses de trabajo en TELEUIS – Comunicaciones se desarrollaron diferentes actividades en torno a las áreas comunicativas a su cargo: prensa, radio, tv y medios virtuales.

A continuación se presenta el informe de tareas desarrolladas: cubrimiento de eventos, fotografía, la realización y participación de los informativo institucionales de la UIS ‘HECHOS UIS TV’ y ‘UIS EN AM Y PM’ (radio), la redacción de notas radiales, web y textos periodísticos para los medios impresos ‘HECHOS UIS’ y ‘CÁTEDRA LIBRE’, la entrega del informe semana del monitoreo de medios (impresos, radio, tv y web), la coordinación y organización de actividades internas de TELEUIS – Comunicaciones, la realización de productos audiovisuales para la ventana ‘Actualidad UIS’ de la página web institucional, además de la redacción de boletines de prensa para medios de comunicación locales.

INFORME PASANTÍA

MÓNICA M. FARFÁN SANABRIA

TELEUIS – COMUNICACIONES

FUNCIÓN	FECHAS	CANTIDAD	ANEXO
Cubrimiento periodístico	<input checked="" type="checkbox"/> 14 de marzo: Conferencia eficiencia energética <input checked="" type="checkbox"/> 20 de marzo: CineBiu <input checked="" type="checkbox"/> 12 de abril: Diplomado en Salud Comunitaria <input checked="" type="checkbox"/> 5 de junio: CENIVAM <input checked="" type="checkbox"/> 14 de junio: Día Mundial del Donante <input checked="" type="checkbox"/> 24 de junio: AMOVI <input checked="" type="checkbox"/> 31 de julio: reunión tic's gobernación	6	22
Registro fotográfico	<input checked="" type="checkbox"/> 17 de abril: capacitación implementación de calidad <input checked="" type="checkbox"/> 19 de abril ensayo grupo al ritmo del reciclaje	7	

	<input checked="" type="checkbox"/> 25 de abril: visita estudiantes Universidad Nacional <input checked="" type="checkbox"/> 7 de mayo: capacitación ESSA <input checked="" type="checkbox"/> 8 de mayo: ExpoUIS <input checked="" type="checkbox"/> 5 de julio: Festival de Talentos y Coreografías <input checked="" type="checkbox"/> 1 de agosto: capacitación contratación		23
Libreto y presentación del programa televisivo: Hechos UIS	<input checked="" type="checkbox"/> 22 de julio: 7 notas <input checked="" type="checkbox"/> 29 de julio: 4 notas	2	24
Programa radial informativo: UIS EN AM Y PM	<input checked="" type="checkbox"/> 3, 10, 17, 24 y 31 de mayo <input checked="" type="checkbox"/> 7, 14, 21 y 28 de junio <input checked="" type="checkbox"/> 5, 12, 19 y 26 de julio	13	25
Notas para el programa radial: UIS EN AM Y PM	<input checked="" type="checkbox"/> 5 de junio cenivam <input checked="" type="checkbox"/> 19 de junio: AMOVI <input checked="" type="checkbox"/> 12 de junio: Día Mundial del Donante y Conferencias Magistrales <input checked="" type="checkbox"/> 25 de junio: Día del Empleado Adm 2013 <input checked="" type="checkbox"/> 27 de junio: olímpicos universitarios de Rusia <input checked="" type="checkbox"/> 4 de julio: actividades empleado administrativo 2013 <input checked="" type="checkbox"/> 19 de julio: día del empleado administrativo – Iván Darío <input checked="" type="checkbox"/> 24 de julio: I encuentro de poesía <input checked="" type="checkbox"/> 25 de julio: primer programa HECHOS UIS TV <input checked="" type="checkbox"/> 31 de julio: inauguración cancha de fútbol	11	26
Elaboración de textos para la web	<input checked="" type="checkbox"/> 6 de junio: rector en la universidad de Argentina <input checked="" type="checkbox"/> 12 de junio: Conferencias Magistrales <input checked="" type="checkbox"/> 14 de junio: Día Mundial del Donante <input checked="" type="checkbox"/> 27 de junio: olimpiadas universitarias en Rusia <input checked="" type="checkbox"/> 23 de julio: primer programa HECHOS UIS TV <input checked="" type="checkbox"/> 25 de julio: inauguración cancha de fútbol <input checked="" type="checkbox"/> 30 de julio: segundo programa	8	27

	HECHOS UIS TV <input checked="" type="checkbox"/> 31 de julio: Reunión TIC'S gobernación		
Textos para el periódico: Hechos UIS	<input checked="" type="checkbox"/> 20 de marzo: CineBiu y CEBUIS <input checked="" type="checkbox"/> 28 de junio: Conferencias Magistrales y AMOVI	4	28
Texto para el periódico: Cátedra Libre	<input checked="" type="checkbox"/> 21 de junio: Primer puesto de robótica	1	29
Monitoreo de medios	<input checked="" type="checkbox"/> 14, 21 y 28 de junio <input checked="" type="checkbox"/> 2, 8, 15, 22 y 29 de julio	8	30
Organización de actividades internas	<input checked="" type="checkbox"/> 18 de abril: Videoconferencia Social Media en las Universidades <input checked="" type="checkbox"/> 17 de mayo: Encuentro profesionales de Comunicación	2	31
Redacción y lectura para notas audiovisuales Actualidad UIS	<input checked="" type="checkbox"/> 2 de abril: conferencia eficiencia energética <input checked="" type="checkbox"/> 22 de abril: Diplomado Salud Comunitaria <input checked="" type="checkbox"/> 5 de julio: AMOVI	3	32
Redactar boletines de prensa	<input checked="" type="checkbox"/> 21 de junio: AMOVI <input checked="" type="checkbox"/> 24 de julio: I encuentro de poesía	2	33

Actualización de base de datos

En cumplimiento del quinto objetivo, de actualizar la base de datos de comunicadores 2013 incluyendo redes sociales, se recopiló la siguiente información, actualizada hasta la fecha, sobre los periodistas adscritos a diferentes dependencias y/o unidades de la UIS:

MEDIO	NOMBRE COMPLETO	CARGO	DIRECCIÓN POSTAL	TÉLEFONO	CELULAR	CORREO	TWITTER	FACEBOOK
TELEUIS	Iván Darío Montoya	Comunicador Social - Periodista	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2569	3002116137	imontoy@uis.edu.co		https://www.facebook.com/ivan-dario-montoya
	Clara Inés Peña Manosalva	Comunicadora Social	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2500	3005678797	carpepen@gmail.com		https://www.facebook.com/clara.ines.pena.54
	María del Mar Morales	Comunicadora Social	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2110	3112180344	mar.morales9@gmail.com		
	Gonzalo Serpa Izaa	Editor de Catedra Libre	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 3107	3003272927	gserpa@uis.edu.co		
	Mónica María Farfán Sanabria	Comunicadora Social - Periodista	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2353	3006337707	mofarfa@uis.edu.co	@mofarfa	https://www.facebook.com/mofarfa
División de Recursos Humanos	Ruth Johanna Gélvez Rodríguez	Comunicadora Social - Periodista	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2370	3186097749	ruthmrodriguez749@yahoo.com		https://www.facebook.com/ruth.rg
	Juan Manuel Morales	Comunicador Social - Periodista	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 3775	3154572024	shmunicacion@uis.edu.co		
Proinapsa	Karen Arias	Comunicadora Social - Periodista	Crz 32 # 29 - 31 Pto 3 Of 313	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 3218	3183940823	karararias@uis.edu.co		
IPRED - Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia UIS	Rossana Cativella	Comunicadora Social - Periodista	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2940	3005556082	rossanacativella@gmail.com	@	https://www.facebook.com/RossanaCativella
Relaciones Exteriores	Johana Inés Delgado	Comunicadora Social	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2978	3208556501	idelgado@uis.edu.co		https://www.facebook.com/johanaid
Facultad de Salud	Constanza Inestrosa	Comunicadora Social	Crz 32 # 29 - 31 Edificio 2 (Infectopatología) Piso 4, Desagüadura	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 3395	3188403624	salud@uis.edu.co; mcochiva@hotmail.com	@conehinestrosa	https://www.facebook.com/constanza.inestrosa ; https://www.facebook.com/constanza.inestrosa
Fondo de Ahorro para Vivienda de la Universidad Industrial de Santander	Juan Manuel Corredor	Comunicador Social - Periodista	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2288 - 21	3156906832	juancorredor@uis.edu.co	@corredor_juam	
Rectoría	Laura Milena Aguilera Morroy	Comunicadora Social	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2152	3158444950	lauram@uis.edu.co	@laura7aguilera	https://www.facebook.com/laura.aguilera.7206
Sede Barbosa	Melissa Fonseca Pérez	Comunicadora Social	Km 1 vía antigua a Cite	7482893 ext 5029	3107567052	mfonseca@uis.edu.co		
Sede Barrancabermeja	Ingritte Donato Martínez	Comunicadora Social - Periodista	Crz 28 # 62 - 50 Oficina 228	6200700 ext 6020	3006975795	ingritte@uis.edu.co; btdonato@gmail.com		https://www.facebook.com/ingrittedonato
Sede Málaga	Diego Fabián Carreño Cárdenas	Comunicador Social	Barrio La Universidad	6607460; 6607353 ext. 6515	3112342038	diego@uis.edu.co; bdcardenas@gmail.com	@sedemalaga	https://www.facebook.com/diego.fabián
Sede Socorro	Ludy Villareal Martínez	Comunicadora Social - Periodista	CS 14 6-07	7273924 - 7273925 ext. 2003	3154406102	lvillareal@uis.edu.co; ludyv17@hotmail.com	@ludyvillareal	https://www.facebook.com/ludyvillareal
Caprui - Caja de Prevención de Salud de la UIS	Yarley Fernanda Noriega Correa	Comunicadora Social - Periodista	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2380 - 142	3158181163	fnoriega@uis.edu.co		https://www.facebook.com/fernanda.noriega
	Sergio Avarado	Comunicador Social	Crz 27 calle 9	pbb: (57) (7) 6344000 Ext. 2380 - 142	3157442294	sergioavarado@gmail.com		https://www.facebook.com/sergioavarado

TELEUIS – Comunicaciones actualmente está conformado por 3 equipos: prensa, radio y organizacional. El primero está coordinado por los periodistas, Clara Inés Peña y Gonzalo Serpa, quienes tienen a su cargo los periódicos ‘Hechos UIS’ y ‘Cátedra Libre’, respectivamente, además cuentan con Ruth Johanna Gélvez Rodríguez y Mónica Farfán. El equipo de radio está coordinado por las periodistas, Sara Elena Serrano y Alba Rocío Tarazona, coordinadoras de programación de las emisoras UIS ESTEREO y UIS AM, respectivamente.

La Universidad Industrial de Santander también cuenta con el apoyo comunicativo de profesionales de esta área como en: la División de Recursos Humanos, la Fundación para el Desarrollo de la Salud de la Universidad Industrial de Santander (PROINAPSA), Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) quien tiene a su cargo las sedes regionales (Barrancabermeja, Socorro, Málaga y Barbosa) de la universidad, las cuales también cuentan con un coordinador de comunicaciones, la Dirección de Relaciones Exteriores, la Facultad del Salud, el Fondo de Ahorro para Vivienda de la Universidad Industrial de Santander (FAVUIS), Rectoría y la Caja de Prevención de la UIS (CAPRUIS).

CONCLUSIONES

Durante estos seis meses se desarrollaron las actividades relacionada con el proyecto de pasantía alterno a las actividades periodísticas de apoyo a la labor del Equipo de Prensa de TELEUIS – Comunicaciones.

El principal aporte de este proceso de pasantía fue realizar una revisión y propuesta sobre los medios virtuales de la Universidad Industrial de Santander, de los cuales no existían antecedentes comunicativos de trabajos de práctica ni de pasantía. Además de hacer una propuesta de fortalecimiento de esta área desde el interior de TELEUIS – Comunicaciones, unidad encargada de las comunicaciones de la UIS y quienes tienen la total autonomía de liderar este tipo de procesos comunicativos organizacionales.

Esta experiencia laborar permitió realizar un contraste de lo teórico con lo práctico, como resultado de la consulta de expertos en temas de comunicación organizacional, estretégica y virtual; además de una aplicación de los conocimientos previamente adquiridos en la formación universitaria.

El trabajo desarrollado en la UIS como parte del equipo de prensa de esta institución permitió un acercamiento profundo con la labor en las comunicaciones organizacionales, aprender de la dinámica periodística de sus medios y áreas comunicativas y realizar adecuadamente un trabajo en equipo.

RECOMENDACIONES

La principal recomendación de este proyecto de pasantía es revisar, aplicar y evaluar lo propuesto, con el fin de corregir y poner en marcha la nueva estrategia de fortalecimiento de los medios al interior de TELEUIS – Comunicaciones. La cual gira en torno a la utilidad de las 'Pautas de Redacción', el constante compartir de conocimientos y/o recomendaciones sobre la dinámica de redacción virtual, además de la consolidación del 'Equipo de Profesionales de Comunicación' actualmente vinculados a la UIS.

Además se deben tener en cuenta un aspecto puntual como: la finalización del proceso de formación del Taller de Herramientas de Intervención Digital y a su vez hacer la debida retroalimentación de la experiencia de los participantes.

BIBLIOGRAFÍA

AGUER, Mario Hortal. "La Era de las Organizaciones Virtuales". Ediciones Pirámide. Madrid, 2005.

FERNÁNDEZ, Francisco Beltrán. "Comunicación Interna 2.0: La gestión de portales corporativos y redes sociales" Ediciones: Ciencias Sociales. Madrid, 2011.

TASCÓN, Mario. "Escribir en internet: Guía para los nuevos medios y las redes sociales" Galaxia Gutenberg, S.L. Barcelona, Septiembre 2012.

COSTA, Joan. "Una historia persona de la comunicación" [En línea] <http://www.joancosta.com/comunicacion_texto1.htm> [citado en julio 29 de 2013]

REBEIL CORELLA, María Antonieta. RUIZ, Celia. "El poder de la comunicación en las organizaciones". PYV Editores.

Universidad de la Plata Argentina. El nuevo paradigma de comunicación institucional en sociedades complejas. pdf [En línea] <<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&ved=0CGkQFjAI&url=http%3A%2F%2Fperio.unlp.edu.ar%2Fojs%2Findex.php%2Fquestion%2Farticle%2Fdownload%2F607%2F518&ei=4vT2UfSVF5DW8gT0h4DADw&usg=AFQjCNH0P3pOy8qKRiQCW9sZz1n-rhkCyg&sig2=Qj4IIMPW5FeyqU8jw3G-VA>> [citado en julio 29 de 2013]

SCHEINSOHN, Daniel. "La comunicación estratégica". Argentina, 2009. Ediciones Granica S.A

Asociación latinoamericana de investigadores de la comunicación. La comunicación eje estratégico de las comunicaciones [En línea] < http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin11/congreso_comunicacion_organizacional.htm> [Citado en julio 29 de 2013]

Asociación latinoamericana de investigadores de la comunicación. La comunicación eje estratégico de las comunicaciones [En línea] < http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin11/congreso_comunicacion_organizacional.htm> [Citado en julio 29 de 2013]

Razón y Palabra. La Comunicación Organizacional de cara al siglo XXI. [En línea] < <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html>> [Citado en julio 30 de 2013]

DEL PULGAR, Luis. "Comunicación de empresa en entornos turbulentos".
OCAMPO, María Cristina. Comunicación Empresarial. Bogotá: ECOE Ediciones. 2011. Capítulo 8.

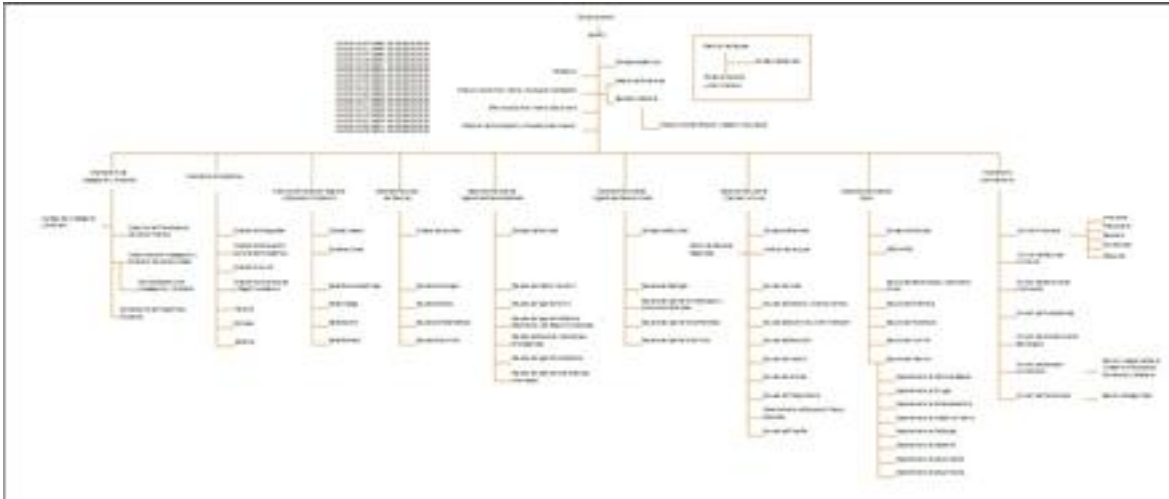
FERNÁNDEZ, Francisco. Comunicación interna 2.0: la gestión de portales corporativos y redes sociales. Madrid: Ediciones ciencias sociales. 2011
Capítulo 7

ESCOBAR, Beatriz. Las redes sociales como herramientas de comunicación interna en las organizaciones

AGUER, Mario. La era de las organizaciones virtuales. Madrid: Ediciones pirámide, 2005. Cap 4

6. ANEXOS

✓ ANEXO 1 – Estructura Organizacional de la Universidad Industrial de Santander



✓ ANEXO 2 - Estructura Organizacional de Dirección de Comunicaciones



✓ ANEXO 3 – Categorización de medios

FICHA DE IDENTIFICACIÓN DE LOS MEDIOS VIRTUALES DE LA UNIVERSIDAD DE SANTANDER - UIS.					
MEDIOS	Dirección URL	Título del Espacio	Inicio	Autores	Tipología
Página Web	www.uis.edu.co	Universidad Industrial de Santander -UIS	1995	DSI	Portal web
Facebook	http://facebook.com/home.php#!/uisenlinea	Universidad Industrial de Santander -UIS	2010		Red Social
Twitter	http://twitter.com/uisenlinea	Universidad Industrial de Santander -UIS			Red Social
YouTube	http://youtube.com/uisvideo	Televisión UIS			Sitio web video
Flickr	http://flickr.com/uisenlinea	Galería de Universidad Industrial de Santander			Sitio web Galería
MEDIOS	Propósito	Libre acceso	Contenidos	Mapa de Navegación	Destinatarios
Página Web	afirmar la presencia de la UIS en internet	x	Institucionales	x (archivo)	Estudiantes, Administrativos, docentes y Público en general
Facebook		x	Institucionales		
Twitter		x	Institucionales		
YouTube		x	Institucionales		
Flickr		x	Institucionales		

✓ ANEXO 4 – Matriz DOFA Página Web

Matriz DOFA: Página Web - UIS	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. Información de secciones desactualizadas	1. Difundir el acontecer de la universidad
2. Jerarquización de la información en aspectos como: actualidad e importancia.	2. Canal estratégico de comunicación con los públicos
3. Señalética virtual: mayor claridad en la simbología utilizada (ej.: "+" que amplía las noticias y "otras noticias aquí" que muestra los otros módulos de noticias)	3 Espacio de participación y opinión sobre la UIS de toda la comunidad UIS y sus públicos
4. Fotografías e imágenes sin información	4. Innovar en diseño web
5. Diversidad de formatos de recursos adjuntos de información	5. Medio de referencia y contacto con diferentes organismos y entidades del sector educativo, al igual que con sus aliados.
6. Excesivos pasos para acceder a detalles de información en los recursos adjuntos	6. Utilidad de diversos recursos virtuales
7. Reducido # de noticias en el pantallazo de inicio	
8. Limitación visual de los videos de "Actualidad UIS" (tamaño)	
9. Sección de emisoras sin conexión a transmisión radial	
10. Limitada estética visual	
11. Ausencia de un objetivo general y acciones específicas que lo cumplan	
FORTALEZAS	AMENAZAS
1. 10 años de existencia de la página web	1. La manipulación de la información a través de diferentes fuentes
2. Diversidad de información de la universidad	2. Cambios inesperados de personal y/o recorte del mismo (web máster , periodistas)
3. Presentación de aliados (significativo #)	
4. Oferta de módulo de "Recursos"	
5. Elemento de convergencia con otras secciones y medios virtuales como: video, periódicos, emisoras.	
6. Presentación de otros medios virtuales institucionales como: redes sociales. Permite conexión.	

✓ ANEXO 5 – Matriz DOFA Facebook

Matriz DOFA: Facebook - UIS	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. Fotografías descontextualizadas de lo institucional y otras sin información de contexto	1. Diversidad de recursos (multimedia, blog, agenda, entre otros) que ofrece Facebook
2. Procedencia desconocida de imágenes y fotos con baja resolución	2. Oferta de perfiles similares a la UIS, que coincide con cuentas de algunas UAA (servicio de facebook)
3. Calendario de actividades desactualizado (recursos de agenda)	3. Espacio de encuentro entre la universidad, la comunidad universitaria, medios locales, sociedad en general desde cualquier parte del mundo
4. Políticas editoriales para esta red social (jerarquización, contenidos, discurso institucional, lenguaje virtual)	4. Referenciación y oficialización de otras cuentas de UAA de la universidad.
5. Ausencia de la figura de "Community Manager" que sea quien maneje este medio, publique y de respuesta a los comentarios, entre otras cosas.	
6. Publicación de información, no tan permanente.	
11. Ausencia de un objetivo general y acciones específicas que lo cumplan	
FORTALEZAS	AMENAZAS
1. Existencia del fanpage oficial de /uisenlinea desde 2010	1. Facebook cierre y/o que se cobre el servicio de esta red
2. Seguidores 13,474	
3. En información presenta los otros medios virtuales de la UIS y conecta con ellos.	
4. Permite interacción de comunidad universitaria	
5. Contacto con medios locales	
6. Utilidad de recursos de facebook livestream , que permite ver transmisiones de eventos en vivo	

✓ ANEXO 6 – Matriz DOFA Twitter

Matriz DOFA: Twitter - UIS	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. Publicación de información, no tan permanente.	1. Oferta de recursos multimedia
2. Textos extensos que quedan incompletos al incluir un enlace	2. Espacio de encuentro entre la universidad, la comunidad universitaria, medios locales, sociedad en general desde cualquier parte del mundo
3. Políticas editoriales para esta red social (jerarquización, contenidos, discurso institucional, lenguaje virtual)	3. Crear listas: segmentación de tuits de grupos de personas, que permite realizar análisis
4. Ausencia de la figura de "Community Manager" que sea quien maneje este medio, publique y de respuesta a los tuits, entre otras cosas.	4. Herramienta de marketing y branding importante: ayuda a posicionar en la web (buscadores google y yahoo), permite realizar encuestas para conocer opiniones de los seguidores, potenciar visitar a la página web y otros medios virtuales, entre otras opciones.
5. Referenciación en las publicaciones de otras cuentas de twitter de las diferentes U.A.A de la UIS, que promueva la integración e interacción en la red social.	
6. Ausencia de un objetivo general y acciones específicas que lo cumplan	
FORTALEZAS	AMENAZAS
1. Existencia de la cuenta oficial @uisenlinea desde 2010	1. Que twitter cierre y/o se cobre por el servicio de esta red
2. Seguidores 19.474	
3. Presenta noticias publicadas en la página web	
4. Permite interacción con los seguidores	

✓ ANEXO 7 – Matriz DOFA You tube

Matriz DOFA: You tube - UIS	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. No todos los enlaces publicados en el Canal UIS Video son referenciados en las publicaciones hechas en los diferentes medios virtuales que maneja la universidad, debilitando la difusión de estos materiales	1. La posibilidad de llegar a millones de personas a través del video en internet, sin una inversión alta como la televisión por cable.
2. Algunos videos son demasiado extensos	2. Se puede utilizar de un enlace directo, que se comparte a través de los otros medios virtuales que posea la universidad
3. Se publica material, en este canal, que no es producción institucional	3. Permite almacenamiento gratuito de material audiovisual
4. Hace falta texto de presentación del video, más extenso del título y del titular manejado hasta el momento.	4. Se puede crear comunidad: funciones de "suscriptores" o "suscripciones"
5. Hay algunas debilidades o fallas del sonido utilizado en los videos, como sonido ambiente (ej.: discurso de un evento)	5. Oferta de "Insights": seguimiento y medición de audiencias
6. Ausencia de un objetivo general y acciones específicas que lo cumplan	
FORTALEZAS	AMENAZAS
1. Existencia de tres canales oficiales: uisvideo, memoriasuis y uiscyt desde hace el 10 de marzo de 2010	1. Que twitter cierre y/o se cobre por el servicio de esta red
2. Existencia de la ventana de "Actualidad UIS" en la página web de la universidad, que muestra el producto audiovisual más reciente	
3. Enlace en la página web a los canales de you tube: uisvideo, uiscyt (ciencia y tecnología) y memoriasuis	
4. Algunos productos audiovisuales son referenciados y publicados en otros medios virtuales de la universidad	
5. Edición de material con concepto audiovisual	
6. Texto periodístico como voz off complementa el video	

✓ ANEXO 8 – Matriz DOFA Flickr

Matriz DOFA: Flickr - UIS	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. No se actualiza desde 2011	1. Servicio gratuito de almacenamiento de imágenes
2. Criterios de contenido y publicación	2. Utilidad de informar gráficamente
3. Material fotográfico publicado carece de concepto, composición y encuadre.	3. Uso libre, las condiciones de manejo pueden ser establecido por el usuario
4. Ausencia de un objetivo general y acciones específicas que lo cumplan	
FORTALEZAS	AMENAZAS
1. Existencia del perfil UIS en línea, desde junio de 2010	1. Que Flickr cierre y/o se cobre por el servicio
2. Referencia del perfil de Flickr en la página web de la universidad	
3. Ser un medio integrado de la comunidad universitaria, a través del amplio registro de actividades/hechos/eventos destacados de la agenda UIS	

✓ ANEXO 9 – MATRIZ DOFA COMUNICACIÓN VIRTUAL

Matriz DOFA de los Medios Virtuales de la UIS	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. Carecen de simultaneidad de publicaciones entre los medios virtuales	1. Espacios de encuentro entre la universidad, la comunidad universitaria, medios locales, sociedad en general desde cualquier parte del mundo
2. No hacen parte de una estrategia de comunicación institucional virtual, ni se están ejecutando acciones concretas que lo evidencien	2. Hacer parte de una estrategia de identidad institucional fuerte a través de la interacción que los medios virtuales ofrecen
3. El diseño de la página web de la universidad no ayuda a la visibilidad de algunos contenidos (ej.: los otros canales de you tube)	3. Utilidad de informar de manera permanente, rápida desde las principales TIC's (redes sociales y de contenidos)
4. Falta la figura del 'Community Manager' que se encargue de integrar los contenidos informativos de los medios virtuales según el formato de cada uno	
5. Falta establecer políticas editoriales y manuales de estilo que orienten y regulen el funcionamiento de cada uno de los medios virtuales	
FORTALEZAS	AMENAZAS
1. La existencia de los 5 medios virtuales: página web, twitter, facebook, you tube y flickr	1. Que las TIC's gratuitas cierren o que empiecen a cobrar por el servicio
2. La diversidad de información que el acontecer de la universidad produce a diario.	2. Cambios inesperados de personal y/o recorte del mismo (web máster , periodistas)

✓ ANEXO 10 – ENTREVISTA INGENIERO BENJAMIN PICO

Ingeniero Benjamín Pico

#1: Histórico y cómo se generó el proceso en los medios virtuales

a) ¿Cuándo se creó la página web, porqué y para qué?

En 1995 se realizó el primer prototipo, hecho por estudiantes de último semestre de Ingeniería de Sistemas. ¿Porqué? Para afirmar la presencia de la UIS en internet. Iniciativa apoyada y supervisada por la DSI.

b) ¿Quiénes decidieron ingresar este medio virtual?

La DSI y estudiantes de Ingeniería de Sistemas, motivados por el auge del internet y por la participación de la UIS junto con la Universidad Nacional, Universidad de los Andes y la Universidad del Valle, en el proyecto de conexión de Colombia a internet, que inicialmente realizaba básicamente con transferencias de archivos y correos electrónicos.

c) Inicialmente, ¿cuál era la dinámica de trabajo?

Con unos estudiantes de proyectos de grado se empezó a investigar sobre el lenguaje HTML y en base de este lenguaje se hizo ese primer prototipo. Se contruyó con información institucional relevante y montaje de estos textos en internet, como una cartelera virtual, con información como: historia de la universidad, personal administrativo, estructura organizacional, oferta pregrado, listado de profesores, entre otros.

d) ¿Con qué personal iniciaron y con qué funciones?

Ingenieros de Sistemas, estudiantes de Sistemas el proyectos de grados y auxiliares estudiantiles bajo la Dirección de Jefe de la División de Servicios de Información.

e) ¿Cómo se jerarquizaban las publicaciones?

No había publicaciones.

f) ¿Quién realizaba los textos para actualizar la página web?

Los mismos estudiantes se encargaron de transcribir los textos que Secretaría General, las decanaturas y las diferentes fuentes le proporcionaban.

g) ¿Cómo era la relación con Comunicaciones de la UIS?

No existía oficina de Comunicaciones

h) ¿Por qué no maneja los medios Comunicaciones de la UIS?

Las directivas universitaria decidieron que eso estuviera en cabeza de la Secretaría General y es más o menos lo que existe en este momento. La que da las pautas de lo que se publica básicamente es la Secretaría General. Comunicaciones envía también sus textos, pero la autoridad máxima es la Secretaría General.

✓ ANEXO 11 – ENTREVISTA INGENIERA LEONILDE MARTÍNEZ

Ing. Leonilde Martínez

#2: Funcionamiento hoy de la página web

a) ¿Hace cuánto maneja la página web?

Más de 10 años

b) ¿Cómo es la dinámica de trabajo?

Las diferentes unidades administrativas – académicas producen información que a través de Comunicaciones son transformadas en noticias para la web o en producciones de video que igualmente se publican en el portal web y en el canal de you tube

c) ¿Ha existido diagnóstico de la página web?

Se han realizado mediciones cuando han sido solicitadas

d) ¿Cómo se evalúan la página web? ¿Existen mediciones? ¿Considera necesarias las evaluaciones?

Las mediciones o estadísticas son necesarias para mejorar los procesos, pero de eso no nos escargamos los ingenieros de sistemas, eso ha sido y debe ser solicitado desde Comunicaciones para que ellos interpreten datos.

#4: Proceso de elaboración y difusión de la información

a) ¿Qué criterios tiene en cuenta para la jerarquización de publicaciones en los medios?

Criterios para la jerarquización de publicaciones "en el portal web" En las publicaciones se da prioridad a la información relacionada con eventos netamente académicos y básicamente orientados a la comunidad estudiantil y se anuncian de acuerdo a la fecha de realización de cada evento.

b) ¿Sobre qué criterios establece el lenguaje de las publicaciones en las redes sociales? ¿Cada cuánto los actualiza?

A mediados del 2009 con el lanzamiento de una nueva versión del portal web institucional, se empezaron a publicar videos institucionales en YOU TUBE, algunos de ellos se pasan posteriormente a la ventana de Actualidad que se encuentra en el portal web institucional.

La División de Servicios de Información, consiente de la necesidad de hacer presencia en las redes sociales, capacitó personal de algunas UAA's y en coordinación de la antigua Dirección de Comunicaciones inició el proceso de publicación de noticias y eventos de carácter institucional en Facebook y Twitter

✓ ANEXO 12 - ENTREVISTA FACILITADORA MAYRA JURADO

INSTRUMENTO: ENTREVISTA

Lic. Mayra Jurado

#2: Funcionamiento hoy de los medios virtuales

e) ¿Durante cuánto tiempo manejó los redes sociales?

Hace 22 meses

f) ¿Cómo era la dinámica de trabajo?

Una publicación cada 40 minutos, somos 7 administradores por toda la Universidad, la idea es que la información fluya de todos los puntos que se acogieron a la propuesta. Desde la administración de Comunicaciones se enlazaban las noticias de la página Web de la Universidad, las de los medios externos como Vanguardia Liberal, El Tiempo, Semana, entre otros... Asimismo, se cuelgan y replican videos, fotos, campañas, actividades culturales e información de índole académica y social. Se responden comentarios y consultas por mensajes internos que solicitan información puntual sobre todo en orientación del proceso de inscripción entre otras.

g) ¿Existió diagnóstico de los medios virtuales?

Sí, adjunto una presentación tipo informe que realicé alguna vez para ello, así mismo, se sabe que las redes sociales tienen aplicaciones que permiten llevar estadísticas.

h) ¿Cómo se evaluaban las redes sociales? ¿Existieron mediciones?

¿Considera necesarias las evaluaciones de estas redes?

Como tal, no se evaluaban ni se repostaban estas cifras, aún cuando como administradora lo hice de vez en cuando, sobre todo en el aumento de seguidores. Asistí el año pasado a Campus Party y el señor Ministro TIC, nos propuso el reto de crecer hasta el millón, pero la meta aún no se ha alcanzado.

Sí considero necesario medir y repostar estos medios porque son canales tan efectivos como la Web, la radio, la tv y el periódico.

#3: Fortalecimiento institucional del proceso informativo

c) ¿Sabe qué se tiene pensado para el futuro en los medios virtuales?

El proyecto de redes sociales nació como una prueba piloto y viendo que su acogida fue tan fundamental, se continuó, pero la DSI que fue quien creó esta opción, no ha generado nuevas propuestas, por mi parte, he adoptado herramientas y aplicaciones que permiten controlar y mantener el flujo de información constante.

d) ¿Considera oportuno que haya una persona encargada de Comunicaciones UIS para estos medios?

Sí, es tan fundamental como la labor de un periodista, todos los días de todas partes se genera información de alto impacto que hace que nuestra UIS se vea bien.

e) ¿Cómo siente que estos medios benefician a la UIS?

Los jóvenes que son por decirlo de algún modo "nuestros clientes" hacen parte de la generación de internet, de encontrar la información a la mano, básica, coherente y concreta. Es fundamental que estos medios de la cotidianidad de nuestra comunidad UIS, estén al servicio de la misma.

Los medios benefician a la UIS en aspectos como la inmediatez, la comunicación bidireccional, la posibilidad de encontrar preguntas y respuestas y no solo información, la opción de debatir, entre otras.

#4: Proceso de elaboración y difusión de la información

f) ¿Qué criterios tenía en cuenta para la jerarquización de publicaciones en los medios?

Noticias de alto impacto, o que se desarrollan en un tiempo corto y cuya divulgación es fundamental, noticias que generan sentido de pertenencia y orgullo a la comunidad como convenios, visitas, obtención de tecnología... Eventos culturales y actividades varias.

g) ¿Sobre qué criterios estableció el lenguaje de las publicaciones en las redes sociales? ¿Cada cuánto los actualizaba?

El criterio de lenguaje en redes es básico, fluido, claro y concreto, nos basamos sobre todo en uso de imagen, enlaces y un mensaje atractivo que lleve al usuario a tomar la decisión no solo de dar "me gusta" "Compartir" sino que además vaya al enlace, la fuente, la imagen y pregunte lo que no le quedó claro, allí el administrador interactúa y orienta a sus seguidores. Los medios se actualizaban cada 40 minutos y las fotos de perfil y portada al menos una vez al mes

✓ ANEXO 13 – FORMATO DE ENCUESTA

MEDIOS VIRTUALES UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER - UIS				
<i>Esta encuesta busca indagar sobre la utilidad que la comunidad universitaria, de la Universidad Industrial de Santander, le dan a los medios virtuales institucionales a través de sus dispositivos móviles.</i>				
Vínculo con la UIS	Sede	Género F M	Semestre	Escuela o dependencia
Dispositivos móviles				
1. ¿Tiene acceso a internet móvil?				
2. ¿A través de qué dispositivos tiene internet?	TABLET	iPad	CELULAR	PORTÁTIL
Medios virtuales UIS				
	Twitter	Facebook	Página web	You tube
3. ¿Cuál de los siguientes medios virtuales de la Universidad conoce?				
4. ¿En cuál de estos medios virtuales tiene cuenta?				
5. ¿En cuál de sus cuentas tiene las de la Universidad?				
6. ¿En cuál de estos medios ha consultado información?				
7. ¿Cuál es el medio que más consulta?				
8. Ordene de 1 -4 según la frecuencia de visitas al medio. Siendo 1 el más visitado y 4 el que menos visita				
9. ¿A través de cuál o cuáles medios ha solicitado información?				
10. ¿Qué tipo de contenidos le gustaría encontrar en estos medios?				
11. ¿Tiene alguna sugerencia para los medios virtuales UIS?				

Información				
12. ¿Qué tipo de información ha consultado?	Académica	Cultural	Horarios	Otro
13. En general, ¿le parece útil la información que se publica?	SI		NO	
14. Califique el tipo de información que ofrecen los medios virtuales UIS	Concreta	Coherente	Precisa	Actualidad
15. De acuerdo a la pregunta 9, califique la respuesta obtenida	Oportuna	Deficiente	No hubo respuesta	Otra
16. ¿Cuál sería el mejor horario para publicar información?	Mañana	Medio día	Tarde	Noche
17. ¿Considera importante que la UIS cuente con estos medios virtuales?	SI	NO	¿Por qué?	
18. ¿Sabe qué es "actualidad UIS"?	SI		NO	
19. ¿Ha visto las notas audiovisuales publicadas en "actualidad UIS"?	SI		NO	
20. ¿Cómo califica estas notas audiovisuales?, puede marcar más de una opción	Novedosas	De poco interés	Extensas	Apropiadas

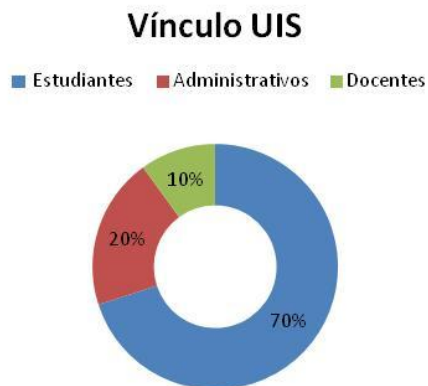
GRACIAS

✓ ANEXO 14 – GRÁFICAS DE ENCUESTAS

FILTROS

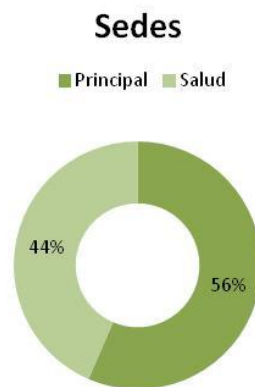
Se encuestaron 200 personas de la comunidad universitaria UIS (estudiantes, docentes y administrativos), acerca de los medios virtuales ofrecidos por la universidad.

A. Vínculo con la UIS



El 70% de encuestados fueron estudiantes, el 20% del personal administrativo y el 10% restante docentes.

B. Sede

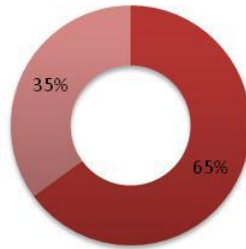


Las encuestas se realizaron en dos sedes de Bucaramanga: campus principal 56% y sede de la Facultad de Salud 44%.

C. Género

Género

Femenino Masculino



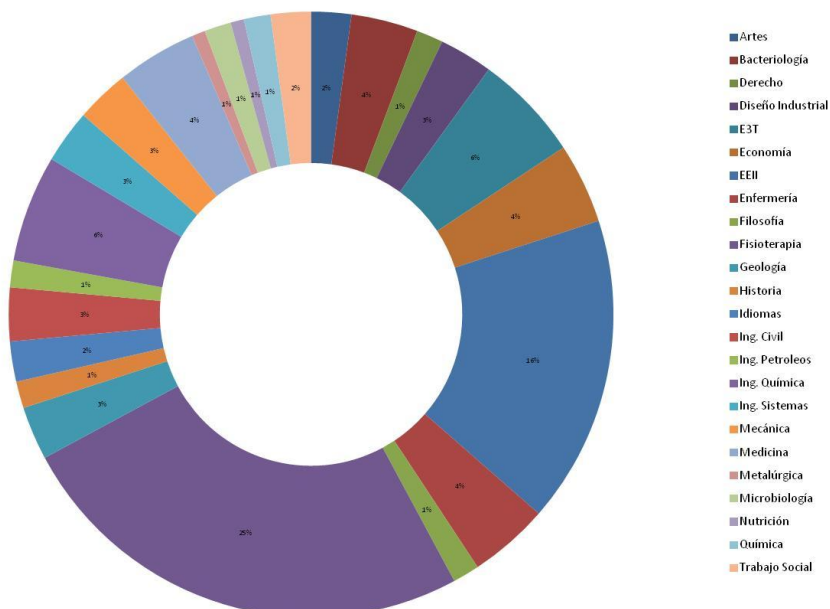
El 65% de encuestados eran mujeres y el 35% hombres.

D. Escuelas y Dependencias

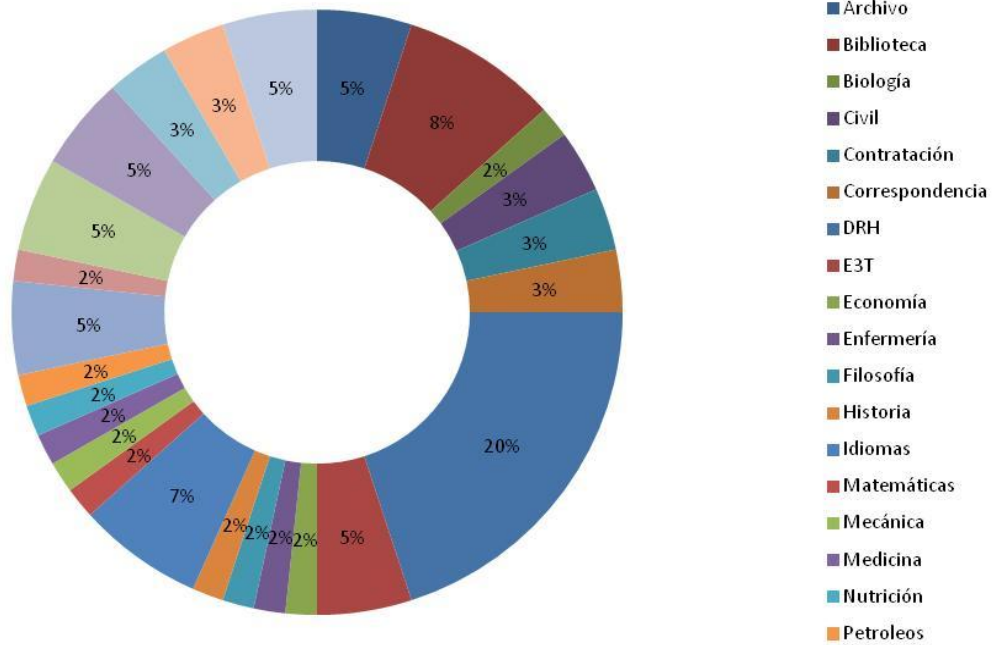
A continuación se presentan 2 gráficas que muestran la relación de Escuelas y Dependencias a las que los encuestados pertenecen:

De los estudiantes encuestados, se puede destacar, que un 25% pertenecían a la Escuela de Fisioterapia, el 16% a la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales; un 6% a la Escuela de Ingenierías de Eléctrica, Electrónica y Telecomunicaciones; 4% lo comparten las Escuelas de Ingeniería Civil, Economía, Bacteriología y Medicina; 3% lo comparten las Escuelas de Diseño Industrial, Mecánica, Enfermería e Ingeniería de Sistemas; 2% compartido por las Escuelas de Idiomas, Trabajo Social y Artes; y finalmente el 1% es compartido por las Escuelas de Química, Nutrición, Microbiología, Metalúrgica, Ingeniería de Petróleos e Historia.

Escuelas



Dependencias

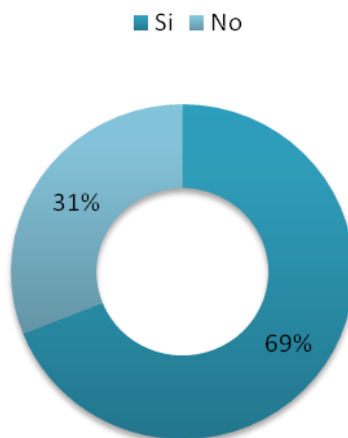


Del personal administrativo y docente encuestado el 20% pertenecía a la División de Recursos Humanos, el 8% a Biblioteca, a la Escuela de Idiomas, el 5% compartido entre la Escuela de Matemáticas, Teleuis – Comunicaciones, Relaciones Exteriores, Secretaría General, Planeación, la Vicerrectoría Académica y Archivo y Gestión Documental; el 3% compartido por la Escuela de Historia, Filosofía, Enfermería y Trabajo Social; el 2% entre las Escuela de Mecánica, Medicina, Nutrición, Petróleos, Eléctrica, Electrónica y Telecomunicaciones, Economía, Civil, Biología, Química, Contratación, Correspondencia e Idiomas.

PREGUNTAS

1. ¿Tiene acceso a internet móvil?

Acceso a internet móvil

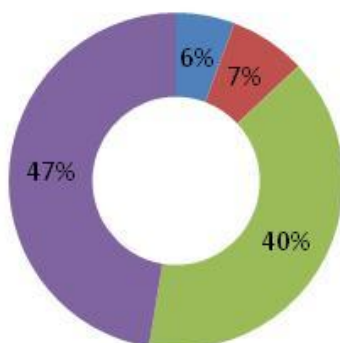


El 69% de encuestados tienen acceso a internet móvil.

2. ¿A través de qué dispositivos tiene internet?

Dispositivos

■ Tablet ■ iPad ■ Celular ■ Portátil

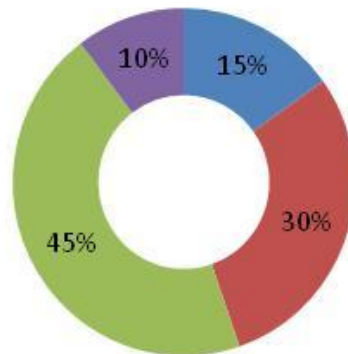


Acceden a internet a través de los dispositivos: portátil 47%, celular 40% y el 13% restante con tablets o ipad's.

3. ¿Cuál de los siguientes medios virtuales de la Universidad conoce?

Medios virtuales

■ Twitter ■ Facebook ■ Pág. Web ■ You tube

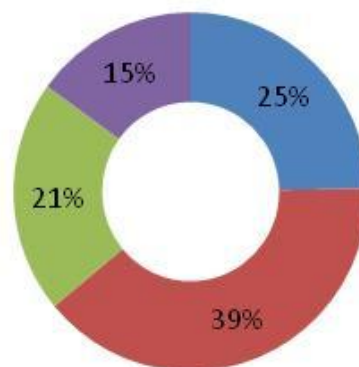


La página web es medio más conocido por un 45% de encuestados, le sigue el facebook un 30%, el twitter por un 15% y el canal de you tube un 10%.

4. ¿En cuál de estos medios virtuales tiene cuenta?

Cuentas en medios

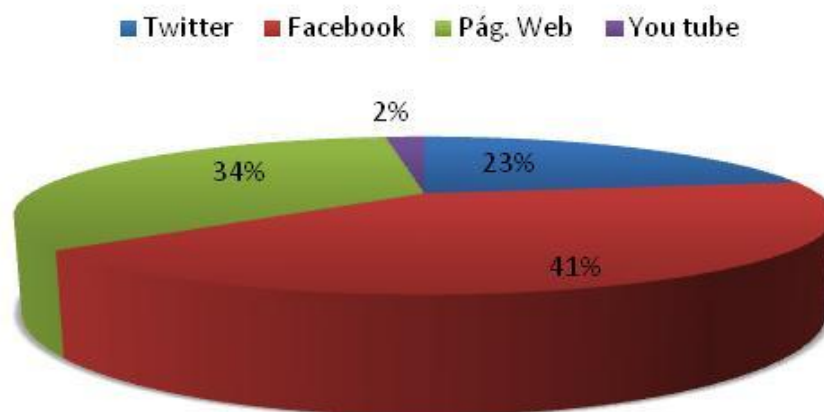
■ Twitter ■ Facebook ■ Pág. Web ■ You tube



Entre las redes sociales, facebook es la red en la que más encuestados tienen cuentas propias, 39%, twitter tiene un 25%, la página web un 21% (referente a vínculos o acceso permanente como el correo institucional) y un 15% está registrado a you tube directamente.

5. *¿En cuál de sus cuentas tiene las de la universidad?*

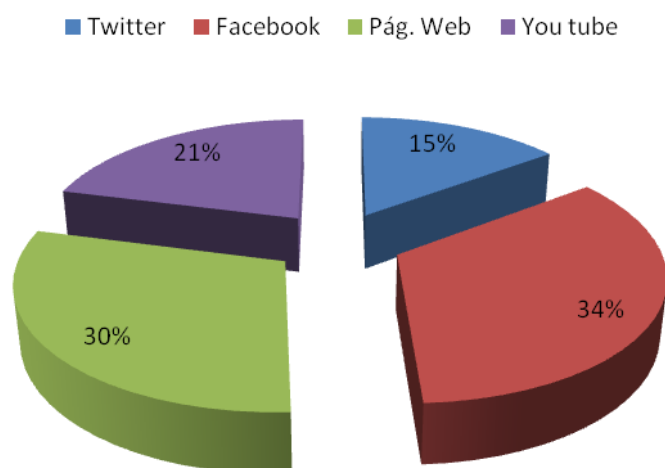
Cuentas de la UIS



El 41% de los encuestados “le gusta” o “sigue” el fanpage la cuenta de la universidad en Facebook *uis en linea*, el 34% está vinculado permanentemente con la página web, el 23% sigue la cuenta *@uisenlinea* y sólo un 2% de los usuarios de you tube es suscriptor de alguno de los canales de la UIS

6. *¿En cuál de estos medios ha consultado información?*

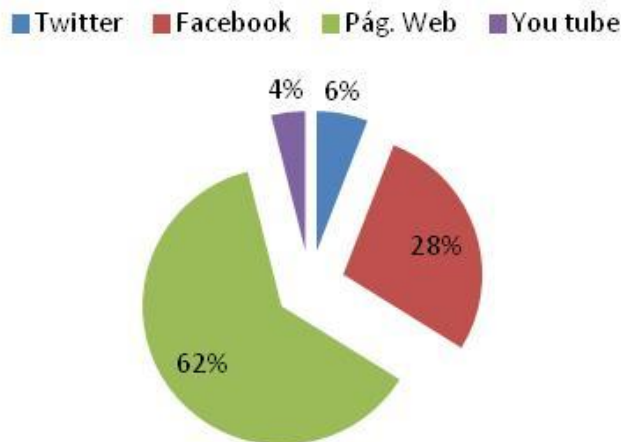
Información de la UIS



El 34% ha consultado información a través de Facebook, le sigue la página web con un 30%, you tube lo consulta el 21% y twitter el 15%.

7. ¿Cuál es el medio que más consulta?

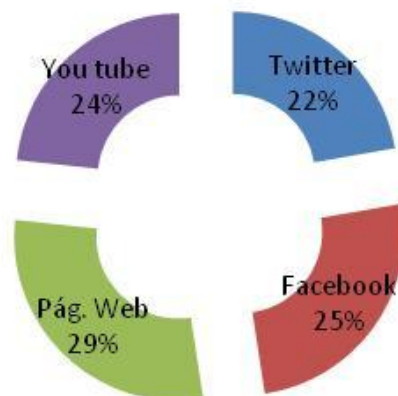
Más consultado



El medio virtual más consultado de la universidad es la página web según el 62% de encuestado, el segundo medio más consultado es el facebook según el 28%, el 6% consulta más por el twitter y el 4% por you tube.

8. **Ordene de 1 a 4 según la frecuencia de visitas al medio. Siendo 1 el más visitado y 4 el que menos visita.**

Frecuencia de visitas

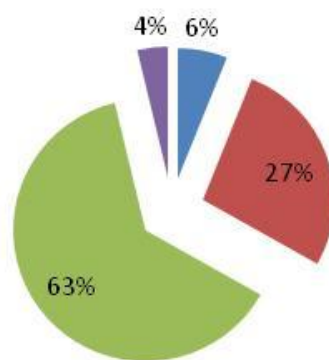


Con el 29% la página web se considera el medio más visitado, el facebook con el 25%, you tube con el 24% y twitter con el 22% de visitas.

9. *¿A través de cuál o cuáles medios ha solicitado información?*

Solicitud de información

■ Twitter ■ Facebook ■ Pág. Web ■ You tube



El 63% de encuestados ha solicitado información a través de la página web, el 27% lo ha hecho a través de facebook, el 6% a través de you tube y solo el 4% lo ha hecho por twitter.

10. *¿Qué tipo de contenidos le gustaría encontrar en estos medios?*

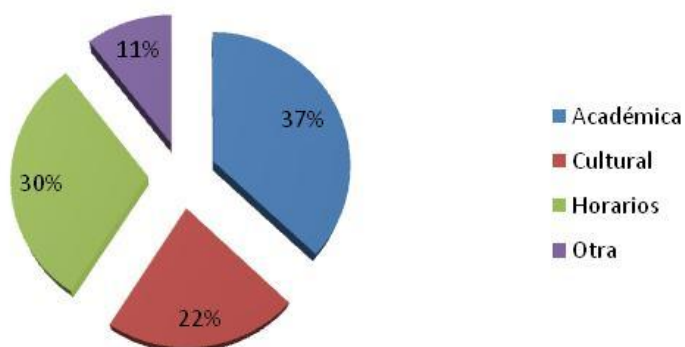
TWITTER	FACEBOOK	PÁGINA WEB	YOU TUBE
Cuentas Escuelas	Eventos	Debates	Documentales
Reconocimientos	Calendarios académico	Convocatorias	Eventos UIS
Prácticas – Pasantías Auxiliaturas	Debates estudiantiles	Calendario eventos por dependencias	Actividades estudiantes
Información posgrados	Oferta laboral	Oferta estudios	Beneficios convenios
Becas	Grupos escuelas - investigación	Intercambios	
Información cultural	Información general UIS – enlace página web	Convenios con otras universidades	
Información deportiva			
Investigación			

11. ¿Tiene alguna sugerencia para los medios virtuales?

TWITTER	FACEBOOK	PÁGINA WEB	YOU TUBE
Actualización permanente	Portal de contacto con los profesores	Dinamizar y mejorar el diseño de la página principal	
Unificar cuentas con sedes y Escuelas	Información decisiones	Actualización	
Opiniones diferentes de los acontecimientos	Publicación de auxilaturas, becas, congresos.		
	Incluir centros de estudios		

12. ¿Qué tipo de información ha consultado?

Tipo de información

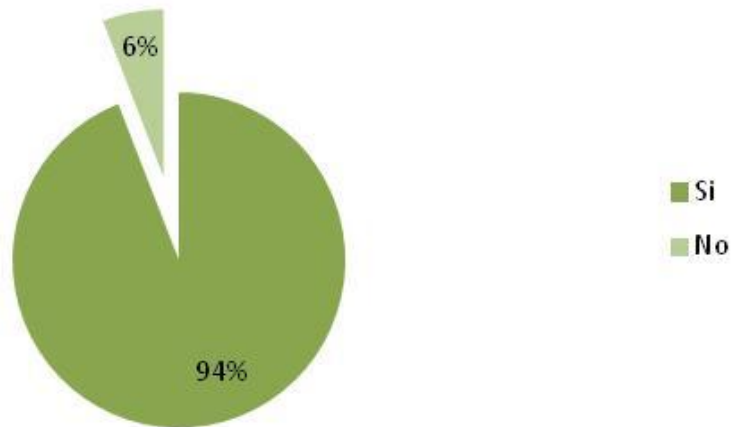


- Otra:**
- Empleo**
 - Deportes**
 - Documentos**
 - Reglamentos**
- Calendario académico**
 - Solicitudes**
 - Actualidad institucional**
 - Investigación y convocatorias**

El 37% consulta información académica, el 30% busca información sobre horarios, el 22% se orienta por lo relacionado con cultural y el 11% dio otras opciones como: empleo, calendario académico, deportes, solicitudes, documentos, actualidad institucional, reglamentos e investigación y convocatorias.

13. *¿Le parece útil la información que se publica?*

utilidad de la información

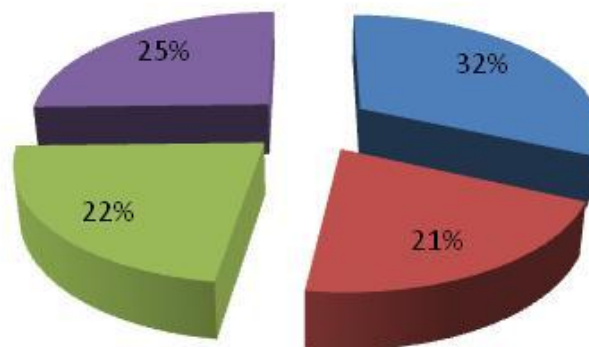


Para el 94% de encuestado es útil la información publicada a través de los medios virtuales de la universidad.

14. *Califique el tipo de información que ofrece los medios virtuales UIS*

Calificación de la información

■ Concreta ■ Coherente ■ Precisa ■ Actualidad

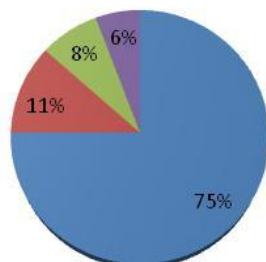


El 32% de encuestados calificaron la información de los medios virtuales de la UIS como concreta, el 25% de actualidad, el 22% precisa y el 21% coherente.

15. **De acuerdo a la pregunta 9, califique la respuesta obtenida.**

Calificación respuesta

■ Oportuna ■ Deficiente ■ No hubo rta ■ Otra



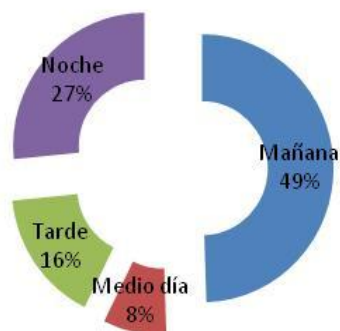
Otras:

- Media
- Regular
- Suficiente
- Buena

De las personas que han solicitado información a través de los medios virtuales, el 75% califica la respuesta como oportuna, el 11% como deficiente, el 8% no tuvo respuesta y el 6% señaló otra opción, como media respuesta, regular respuesta, suficiente o buena.

16. **¿Cuál sería el mejor horario para publicar información?**

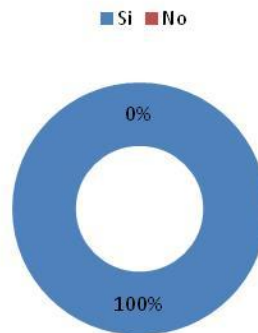
Horario de publicación



Para el 49% la mañana es el mejor horario para publicar a través de los diferentes medios virtuales de la universidad, por su parte el 27% considera que es la noche, el 16% la tarde y el 8% el medio día.

17. *¿Considera importante que la UIS cuente con estos medios*

Importancia de los medios virtuales



virtuales?

Porque:

Facilita información

Globalización

Apoyo en la tecnología

Fortalecimiento de los lazos sociales de la comunidad UIS

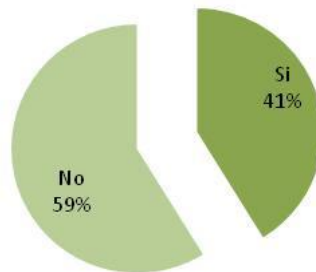
Ventaja competitiva

Soluciones oportunas

El 100% de encuestado considera importante que la universidad cuente con medios virtuales

18. *¿Sabe qué es "Actualidad UIS"?*

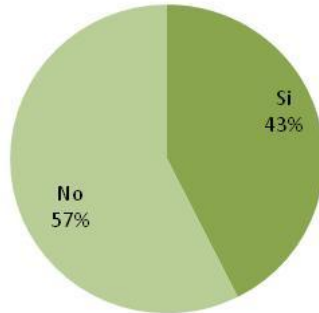
¿Sabe qué es "Actualidad UIS"?



El 59% desconoció "Actualidad UIS" y el 41% reconocieron el espacio por el nombre.

19. ¿Ha visto las notas audiovisuales publicadas en “Actualidad UIS”?

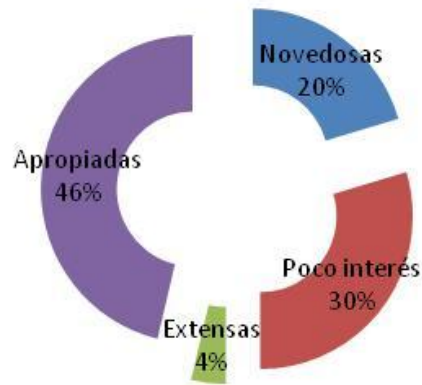
Ha visto Actualidad UIS



El 57% respondieron que no ha visto las notas de “Actualidad UIS” ubicadas en la página web y solo el 43% dijo que si las ha visto.

20. ¿Cómo califica estas notas audiovisuales?

Calificación actualidad UIS



El 46% de encuestado calificaron los video de “Actualidad UIS” como apropiados, el 30% por su parte de contenidos de poco interés, el 20% calificó estos productos como novedosos y el 4% señaló que son muy extensas.

✓ ANEXO 15 – PLAN OPERATIVO

Plan Operativo de los Medios Virtuales de la Universidad Industrial de Santander - UIS			
Línea	Objetivo	Actividades	Responsable
Apropiación	Generar conocimiento y dominio sobre los medios virtuales de la UIS en equipo de comunicadores vinculados a TELEUIS y otras unidades/divisiones/departamentos	Presentación medios virtuales de la universidad	Profesional Teleuis - Comunicaciones
		Taller Herramientas de Intervención Digital	
		Tips de redacción en los medios virtuales	
		Manual de Estilo	
		Socialización	
Aplicación	Generar productos virtuales acordes a los conocimientos adquiridos sobre los medios virtuales con los que cuenta la UIS	Definición agenda institucional anual	Director Teleuis - Comunicaciones
		Realización y evaluación de productos	
Consolidación	Constituir e institucionalizar la Red de Comunicadores "Community Managers" responsables de los medios virtuales de la UIS	Grupo humano de comunicadores en la UIS con dominio en los medios virtuales (redes sociales)	Director Teleuis - Comunicaciones
		Políticas editoriales de los medios virtuales	

✓ ANEXO 16 – PRESENTACIÓN DE LOS MEDIOS VIRTUALES UIS

PÁGINA WEB

DEFINICIÓN

- ✓ "Página electrónica", según el término recomendado por la RAE.
- ✓ Una página web es en esencia una tarjeta de presentación digital, ya sea para empresas, organizaciones, o personas, así como una tarjeta de presentación de ideas y de informaciones.

BENEFICIOS

- 1 Establecer presencia en internet.
- 2 Abrir mercados desde un nivel local hasta un nivel nacional e internacional
- 3 Ofrecer información actualizada de sus productos o servicios a sus públicos.
- 4 Obtener un mayor conocimiento de los hábitos de consumo y satisfacción de sus públicos.
- 5 Prestar nuevos servicios en línea para aprovechar todas las ventajas de Internet mediante el desarrollo de aplicaciones web a la medida.
- 6 Reducir costos de publicidad, reforzar su marca y brindar la mejor imagen de su organización a nivel mundial.

www.uis.edu.co



Inicio: 1995
Autor: DSI
Contenido:

- Información académica y administrativa.
- Presencia de todos los medios virtuales de la UIS.

Generador de contenido:
 *TELEUIS - Comunicaciones

FACEBOOK

DEFINICIÓN

- ✓ Red social creada con la intención de facilitar las comunicaciones y el intercambio de contenidos, disponible para cualquier usuario de Internet.

BENEFICIOS:

- 1 La alta dispersión de opiniones
- 2 Feedback en tiempo real con los usuarios
- 3 Targeting: permite referirse a un determinado tipo de público en función de sus intereses.
- 4 Oferta de contenidos relevantes y actualizados.
- 5 Canal de contacto con medios de comunicación con medios locales
- 6 Utilidad de herramientas multimedia

Fanpage: uisenlinea



Inicio: 2010
Autor: DSI
Contenido:

- Información académica y administrativa.
- Referencia de los medios virtuales de la UIS

Generador de contenido:
 Facilitadores capacitados por la DSI: Relaciones Exteriores, Secretaría General, Dirección de Comunicaciones, Vicerrectoría de Investigación y Extensión, DSI y TELEUIS - Comunicaciones

TWITTER

DEFINICIÓN

- ✓ Es un servicio de microblogging, apodado como el 'SMS de internet'
- ✓ La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tuits, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros usuarios - a esto se le llama "seguir" y a los usuarios se les llama "seguidores"

BENEFICIOS

- 1 Herramienta de autopromoción
- 2 Genera más tráfico para tu sitio web oficial
- 3 Te conecta con otros profesionales, instituciones, medios de comunicación u organizaciones.
- 4 Te mantiene informado acerca de temas y noticias populares

@uisenlinea



Inicio: 2010
 Autor: DSI
 Contenido:

- Información académica y administrativa.
- Referencia de los medios virtuales de la UIS

Generador de contenido:
 Facilitadores capacitados por la DSI: Relaciones Exteriores, Secretaría General, Dirección de Comunicaciones, Vicerrectoría de investigación y Extensión, DSI y TELEUIS - Comunicaciones

CANAL DE YOU TUBE

DEFINICIÓN

- ✓ Sitio web popular para subir, visualizar y compartir video con todo el mundo y que puedan ser comentados y calificados.

BENEFICIOS

- 1 Los enlaces de vídeos de YouTube pueden insertados en blogs, redes sociales y sitios electrónicos.
- 2 Permite alojamiento gratuito de material audiovisual
- 3 SEO: uso de las palabras clave en el título y una descripción optimizada logra un buen posicionamiento de los videos
- 4 Visualización a través de dispositivos móviles

UIS video



Inicio: 2010
 Autor: DSI
 Contenido:

- Actividades Institucionales

Generador de contenido:
 TELEUIS - Comunicaciones

FLICKR

DEFINICIÓN

- ✓ Sitio web gratuito que permite almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías en línea.

BENEFICIOS

- ① Se comparten imágenes de actividades o reuniones organizacionales para generar sentido de pertenencia.

UIS en línea



Inicio: 2010

Autor: DSI

Contenido:

- Actividades Institucionales

Generador de contenido:

La DSI era el encargado de administrar los contenidos de este medio, pero desde el 2011 no se actualiza.

✓ ANEXO 17 – PAUTAS DE REDACCIÓN INSTITUCIONAL

Link presentación prezi:

http://prezi.com/blxxuzbg1asi/present/?auth_key=e96a4kz&follow=uh2zgz7x6tgv&kw=present-blxxuzbg1asi&rc=ref-16889173

PAUTAS DE REDACCIÓN PARA MEDIOS VIRTUALES

Universidad Industrial de Santander.
TELEUIS - Comunicaciones.

Pasos básicos para escribir
para la web



Aspectos básicos de la redacción

- ✎ Estructuración de los párrafos
- ✎ Organización de las ideas
- ✎ Uso de adecuado vocabulario
- ✎ Uso de los signos de puntuación
- ✎ Claridad en la exposición del contenido
- ✎ Concordancia y jerarquización



CUALIDADES DEL ESTILO

CLARIDAD
CONCISIÓN
ORIGINALIDAD
PRECISIÓN



CLARIDAD

- Evitar enunciados con rodeos innecesarios
- Orden sintáctico: Sujeto + verbo + objeto directo + complemento
- Orden psicológico: orden de pensamiento destacando lo principal
- Evitar la sucesión de oraciones cortas interrumpidas
- Enlazar la idea inicial de una oración con la idea final de la anterior
- Evitar las transacciones bruscas entre los distintos párrafos

CLARIDAD

- Evitar enunciados con rodeos innecesarios
- Orden sintáctico (sujeto + verbo + objeto directo + complemento)
- Orden psicológico: orden de pensamiento destacando lo principal
- Evitar la sucesión de oraciones cortas interrumpidas
- Enlazar la idea inicial de una oración con la idea final de la anterior.
- Evitar las transacciones bruscas entre los distintos párrafos



CONCISIÓN

- Eliminar repeticiones de ideas recurrentes
- Usar SINÓNIMOS
- Evitar redundancias innecesarias
- Evitar expresiones redundantes innecesarias
- Evitar construcciones rígidas

;

CONCISIÓN

- Para evitar repeticiones se debe recurrir a los **sinónimos**
- Evitar la acumulación de ideas
- Evitar expresiones abundantes y vacías
- Emplear construcciones rápidas

ORIGINALIDAD

- Emplear con cuidado:
 - Siglas
 - tecnicismos
 - abreviaturas
 - expresiones especiales
- Aclarar el significado de las expresiones técnicas **cuándo su uso NO sea común.**
- No emplear vocablos rebuscados



ORIGINALIDAD

- Emplear con cuidado:
 - Siglas
 - Tecnicismos
 - Abreviaturas
 - Expresiones especiales
- Aclarar el significado de las expresiones técnicas **cuándo su uso NO sea común.**
- No emplear vocablos rebuscados

PRECISIÓN

Factores importantes: **Claridad** → **Puntuación**

- Evitar ambigüedades y vaguedades
- Evitar la inclusión de palabras innecesarias
- Evitar la inclusión de términos vagos o ambiguos



PRECISIÓN

Factores importantes: 

- Escoger entre los sinónimos el más apropiado.
- Evitar la duplicidad de adjetivos, cuando sea innecesaria
- El abuso de los nexos alarga o entorpece el ritmo de la oración.




GRAMÁTICA MULTIMEDIA

ORACIONES

- No tratar de incluir más de una idea por oración
- Dividir las frases
- Eliminar algunos incisos y convertir otros en cláusulas independientes
- Quitar las palabras innecesarias y las repeticiones de información
- Reformular y simplificar: 20 a 30 palabras

"Cuanto más larga es una frase más difícil es puntuarla y más fácil caer en errores de concordancia".

PÁRRAFOS

- No sea superior a 5 o 6 líneas
- Romper la uniformidad:
 1. Dividir el tema en subtemas y darle a cada uno un título propio
 2. Separar cada elemento en una enumeración en un renglón.
 3. Emplear negrillas, color, tipo de letra y los enlaces.
- Utilizar herramientas 

HIPERTEXTO
Organización espacial
Acceso de pantalla

SOPORTE MULTIMEDIA
Estructura organizada de los contenidos
La mejor manera de contar una información es
trabaja legal un momento



HIPERTEXTO

Organización Hipertextual:
Niveles de profundidad

"No se trata de intentar contar todo, sino de dividir la información en pedazos coherentes, centrados cada uno en un aspecto determinado, y enlazarlos".

SOPORTE MULTIMEDIA

Videos, Infografía, presentaciones, fotos, ilustraciones o audio

"La mejor manera de contar una información o de hacer llegar un contenido".



GRAMÁTICA MULTIMEDIA

TÍTULOS

- Ninguna frase del texto es tan importante como su título.
- Situar la información más importante de la frase al inicio de la oración.
- Destacar las palabras claves.
- Utilizar la dislocación a la izquierda que sirve para anteponer la información nueva de la oración: crear un foco.
- Deben dar referencia de:
 - Hechos
 - Lugares
 - Personas
- Deben ser inteligibles fuera de contexto.

TIPO DE LENGUAJE

✓ OBJETIVO

- Procurar no formular frases susceptibles de quedar rápidamente desactualizadas.
Actualmente, en los últimos tiempos, el año pasado, ahora, etc.
- Existen criterios determinados por el tipo de texto que se esté trabajando: noticias o artículos.



USO DE MAYÚSCULAS

Exclusivo de:

- En los títulos, solo se escribe con mayúscula inicial la primera palabra.
- La primera palabra de un escrito y después de punto seguido o aparte.
- Después de dos puntos, cuándo se citan palabras textuales.
- Palabra seguida al signo de cierre de interrogación (?) o exclamación (!).
Sí no lleva coma.
- Nombres, Apellidos, Sobrenombres y apodos de personas.
- Nombres propios de animales o cosas.
- Artículos y adjetivos que forman parte del nombre propio.
- Títulos, cargos, jerarquías y dignidades importantes referentes a una persona determinada y que no va acompañado del nombre a quién se refiere.

No utilice mayúsculas sostenidas como estrategia de escritura, para dar importancia a una palabra. Si desea resaltar un texto o una palabra utilice negrilla o comillas.

OTROS USOS

Números:
Cuando un número lleva un solo dígito, se escribe con letras; si lleva dos o más, se escribe con números.

Minúscula:
Con minúscula se escriben los días de la semana, los meses y las estaciones del año.

Siglas:
Las siglas no llevan puntos, las abreviaturas sí.
Según las reglas ortográficas vigentes, las siglas son gráficamente invariables en plural.



Clas.

OTROS USOS

Números:

Cuando un número lleva un solo dígito, se escribe con letras; si lleva dos o más, se escribe con números.

Minúscula:

Con minúscula se escriben los días de la semana, los meses y las estaciones del año.

Siglas:

Las siglas no llevan puntos, las abreviaturas sí.

Según las reglas ortográficas vigentes, las siglas son gráficamente invariables en plural.





ASPECTOS TÉCNICOS

- Tipo: Arial
- Tamaño: 12

LETRA

- Título: Mayúscula sostenida y tildado.
- Color: Verde o negro (título) en negrilla Negro (texto)

IMAGEN

- Resolución: 72dpi
- Tamaño predeterminado: 142 x 132
- Sangría (texto e imagen): mínimo 5mm
- Formato: JPG
- Color: RGB

TEXTO

- Alineación a la izquierda.

Recomendación: Escribir los textos en word para hacer una previa revisión y corrección antes de ser montados y publicados en la web.

INSTITUCIONALIDAD

- ✓ Universidad Industrial de Santander

- 👍 Alma máter
- 👍 Casa de estudios
- 👍 Institución
- 👍 Centro de Educación Superior
- 👍 UIS (mayúscula sostenida)

- ✓ Cargos:

- 👍 Acompañado por el nombre, sea el que sea va en minúscula.

- 👍 CEDEUIS -
- 👍 CAPRUIS - C
- 👍 FAVUIS - For
- 👍 TIP - Cooper
- 👍 Industria del
- 👍 COOPRUIS -
- 👍 ARPRUIS - /
- 👍 ASEDEUIS - A



ASPECTOS TÉCNICOS

✓ Siglas Institucionales:

- 👍 VIE - Vicerrectoría de Investigación y Extensión
- 👍 VICAM - Vicerrectoría académica
- 👍 U.A.A - Unidades Académicas Administrativas
- 👍 DSI - División de Servicios de Información
- 👍 DRH - División de Recursos Humanos
- 👍 SGA - Sistema de Gestión Ambiental
- 👍 DBU - División de Bienestar Universitario
- 👍 CEBUIS - Comité Estudiantil de Bienestar UIS

- <http://>
- Fundaci <http://>
- Manual <http://>



Administrativas
nformación
manos
biental
niversitario
Bienestar UIS

✓ Siglas Organismos UIS:

- 👍 CENIVAM - Centro Nacional de Investigaciones para la Agroindustrialización de Especies Vegetales Aromáticas y Medicinales Tropicales.
- 👍 CIBIMOL - Centro de Investigación en Biomoléculas
- 👍 AMOVI - Archivo de Memoria Oral de las Víctimas
- 👍 CEDEDUIS - Centro para el Desarrollo de la Docencia
- 👍 CAPRUIS - Caja de Previsión Social de la UIS
- 👍 FAVUIS - Fondo de Empleados de la UIS
- 👍 TIP - Cooperativa de Tecnólogos e Ingenieros de la Industria del Petróleo y Afines
- 👍 COOPRUIS - Cooperativa de profesores UIS
- 👍 ARPRUIS - Asociación Recreativa de Profesores de la UIS
- 👍 ASEDUIS - Asociación de Egresados UIS



PARA CONSULTAR

- Diccionario de la Real Academia Española
<http://www.rae.es/rae.html>
- Diccionario Panhispánico de Dudas
<http://lema.rae.es/dpd/>
- Fundación del Español Urgente
<http://www.fundeu.es/>
- Manual para Nuevos Medios
<http://www.manualdeestilo.com/>

BIBLIOGRAFÍA

Metz, M.L "Redacción y Estilo: Una guía para evitar los errores más frecuentes". México: Trillas, 1990.

WEBGRAFÍA

"La Gramática Multimedia" [Publicado 04/05/2012]

[Citado 23/08/2012] Disponible en

<http://www.manualdeestilo.com/escribir/la-gramatica-multimedia-1/>

"La Gramática Multimedia" [Publicado 23/05/2012]

[Citado 23/08/2012] Disponible en

<http://www.manualdeestilo.com/escribir/la-gramatica-multimedia-2/>

"Ocho claves para una buena redacción en internet" [Publicado 01/06/2011]

[Citado 23/08/2012] Disponible en

<http://www.manualdeestilo.com/escribir/ocho-claves-para-una-buena-redaccion-en-internet/>

"No utilice mayúsculas sostenidas" [Publicado 13/01/2011]

[Citado 12/10/2012] Disponible en

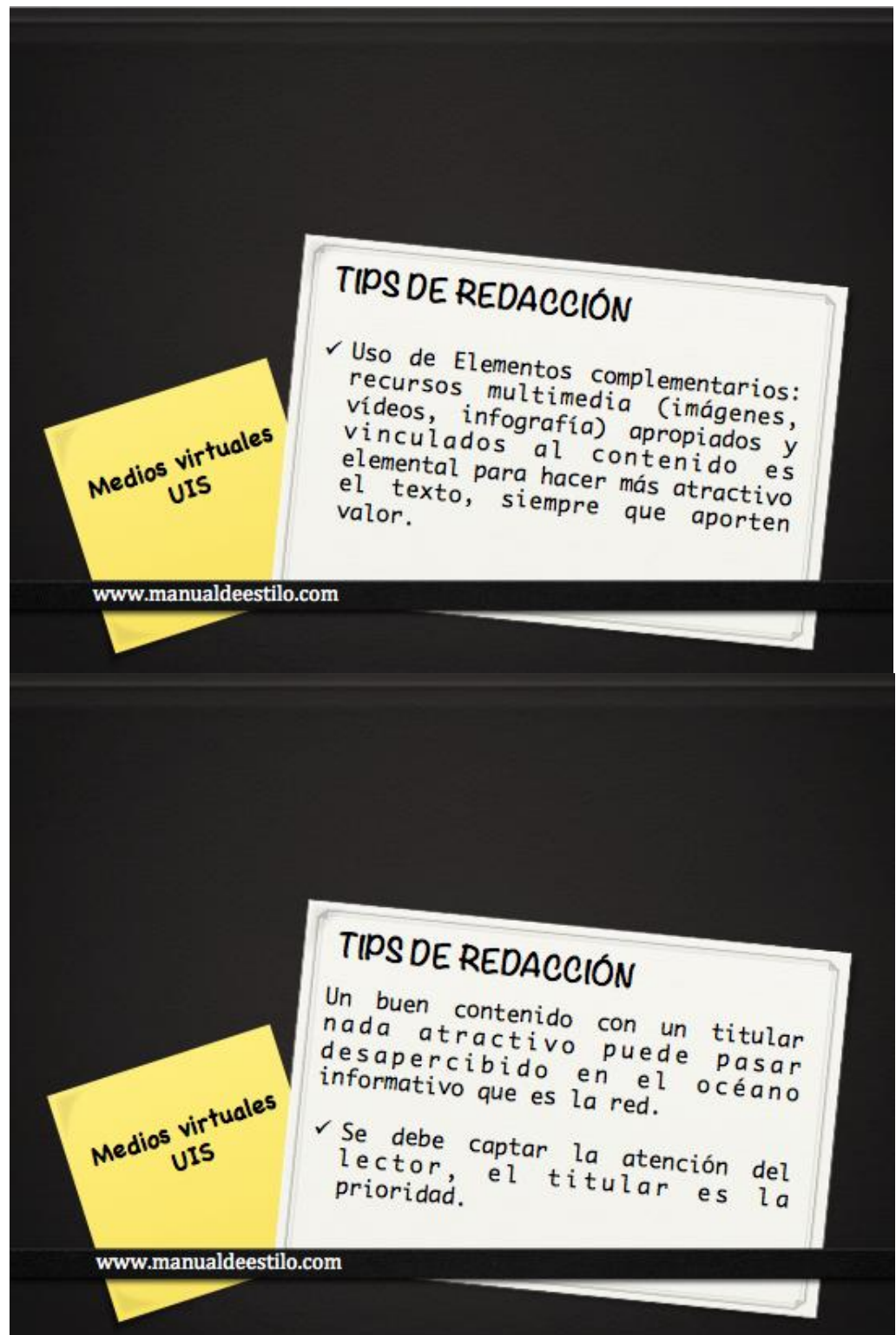
<http://redacciondigitalweb.wordpress.com/2011/01/13/capitulo-3-3-no-utilice-mayusculas-sostenidas/>

"Estructura narrativa: Pirámide Invertida" [Publicado 13/01/2011]

[Citado 12/10/2012] Disponible en

<http://redacciondigitalweb.wordpress.com/2011/01/13/capitulo-3-1-estructura-narrativa-piramide-invertida/>

✓ ANEXO 18 – TIPS DE REDACCIÓN
DIGITAL



Medios virtuales
UIS

TIPS DE REDACCIÓN

Las historias cortas son más leídas que las largas.

- ✓ Se recomiendan que no contengan más de 40 palabras por párrafo.

www.manualdeestilo.com

Medios virtuales
UIS

TIPS DE REDACCIÓN

En la red se encuentran recursos informativos y de contexto.

- ✓ Documentarse antes de escribir.

www.manualdeestilo.com

Medios virtuales
UIS

TIPS DE REDACCIÓN

- ✓ Utilizar los elementos visuales (negritas, listados, destacados) que permitan jerarquizar la información.

www.manualdeestilo.com

Medios virtuales
UIS

TIPS DE REDACCIÓN

- ✓ No utilizar mayúsculas sostenidas, dificultan la lectura.

www.manualdeestilo.com

Medios virtuales
UIS

TIPS DE REDACCIÓN

✓ Para ahorrar caracteres se utilizan las abreviaturas de meses y días:

-> ENE / FEB / MAR / ABR / MAY / JUN / JUL / AGO / SET (o SEP) / OCT / NOV / DIC

-> L / M / X / J / V / S / D
LU / MA / MI / JU / VI / SA / DO

www.manualdeestilo.com

Medios virtuales
UIS

TIPS DE REDACCIÓN

FECHAS:

- ✓ RAE - día, mes y año
- ✓ Textos solemnes escribir en letras
- ✓ Solo números: se separan con /

www.manualdeestilo.com

✓ ANEXO 19 – Taller Herramientas de Intervención Digital





✓ ANEXO 20 – Presentación de medios

Móni Farfáns <farfans.moni@gmail.com> 
Para: Clara Inés Peña , mar.morales67@gmail.com
Presentación de Medios Virtuales UIS

8 de julio de 2013 15:57

[Ocultar detalles](#)

1 archivo adjunto, 16,7 MB

Guardar ▼

Vista Rápida

Buen día!

Les adjunto la presentación hecha de los Medios Virtuales con los que cuenta la universidad, como prueba piloto de una de las líneas de acción del 'Plan Operativo' propuesto en mi proyecto de pasantía.

Gracias.

MÓNICA FARFÁN S.
TELEUIS - COMUNICACIONES



[Medios \(16,7 MB\)](#)

✓ ANEXO 21 – Tips de redacción

Móni Farfáns <farfans.moni@gmail.com> 
Para: Clara Inés Peña , mar.morales67@gmail.com
Tips de redacción digital

8 de julio de 2013 18:20

[Ocultar detalles](#)

1 archivo adjunto, 13,3 MB

Guardar ▼

Vista Rápida

Buen día!

les comparto unos tips de redacción. Esto es una prueba piloto de una de las líneas de acción del 'Plan Operativo' propuesto en mi proyecto de pasantía.

Gracias

MÓNICA FARFÁN S.
TELEUIS - Comunicaciones



[tips.pdf \(13,3 MB\)](#)

✓ ANEXO 22 – Cubrimiento periodístico del Lanzamiento de AMOVI



✓ ANEXO 23 – Registro fotográfico del ensayo del grupo musical “Al ritmo del reciclaje”



- ✓ **ANEXO 24 – Libreto y presentación segundo programa institucional ‘HECHOS UIS TV’**



Link de you tube del segundo programa de HECHOS UIS TV:

<http://www.youtube.com/watch?v=Aj2WBE6RDnI>

LIBRETO DEL SEGUNDO PROGRAMA DE HECHOS UIS TV

Bienvenidos a HECHOS UIS TV, programa institucional de la Universidad Industrial de Santander. Soy Mónica Farfán y a continuación les presentaré los hechos más destacados del acontecer universitario de nuestra alma máter.

Estas son las noticias:

- Es un orgullo para la universidad reconocer con su máxima distinción académica el desempeño excepcional de la estudiante de ingeniería de petróleos, Natalia Quintero.
- La Escuela de Petróleos lideró el convenio de la UIS con la Agencia Nacional de Hidrocarburos para la identificación de áreas

prospectivas en el país a través de la perforación de pozos estratigráficos.

- Un espacio de interacción entre la industria de alta tecnología para el cómputo de alto rendimiento, grupos de investigación de alto nivel de universidades y la industria regional de petróleo, gas y energía convocó la Vicerrectoría de Investigación y Extensión de la UIS.
- La segunda versión de las Olimpiadas Regionales de Matemáticas Primaria contó con la participación de miles de estudiantes de colegios del departamento.

Y así llegamos al final de esta emisión de HECHOS UIS TV.

No sin antes manifestar los agradecimientos del equipo de TELEUIS - Comunicaciones al Canal Zoom, sus directivas y equipo técnico por permitir la emisión de este nuevo espacio informativo de la Universidad Industrial de Santander. Muchas gracias.

Y ud amable televidente recuerde que todos los miércoles a las 11:50am podrá informarse sobre el acontecer de la Universidad Industrial de Santander. Al igual que consultando nuestra página web www.uis.edu.co, siguiendonos en las redes sociales twitter @uisenlinea, en facebook en el fanpage uis en línea o a través de nuestro canal de you tube uis video.

Soy Mónica Farfán y espero verlos en nuestra próxima emisión. Gracias por acompañarnos.

✓ ANEXO 25 – Programa radial informativo UIS EN AM Y PM



Link de la página web: emisoras.uis.edu.co, donde se encuentran los programas radiales del informativo realizado por TELEUIS – Comunicaciones:

<http://emisoras.uis.edu.co/index.php/programas/203-uis-en-am-y-pm>

✓ **ANEXO 26 – Nota para el programa radial UIS EN AM Y PM**

Locutor : Este Lunes 24 de junio a las 5pm, en el auditorio Luis A. Calvo se realizará el lanzamiento del “Archivo Memoria Oral de las Víctimas” AMOVI.

La doctora Ivonne Suárez Pinzón, profesora de la Escuela Historia y Archivística de la UIS, quién lideró la creación de esta nueva institución nos cuenta sobre qué es AMOVI?

Control: Audio que es AMOVI?

Locutor : Profesora Ivonne, cuál es la importancia de AMOVI, como líder archivístico del conflicto armado interno colombiano en la región?

Control: Audio importancia AMOVI

Locutor : Profesora, finalmente qué representa AMOVI para la UIS?

Control: Audio AMOVI para la UIS

Locutor : Este evento contará con la presencia y testimonio de algunas víctimas, la asociación de familiares detenidos desaparecidos, ASFADDES y la asociación de desplazados del Barrio Café Madrid de Bucaramanga.

En este mismo acto, se realizará el lanzamiento del libro “Voces contra el silencio, memoria contra el olvido”, el cual presentará 25 trayectorias de vida de víctimas/sobrevivientes desplazadas y habitantes del Barrio Café Madrid.

Locutor : AMOVI – UIS extiende la invitación también para este Martes 25 de junio a la conferencia: “Memoria para la paz”, en el Ágora de Ciencias Humanas a las 9am, a cargo de José Antequera de la Universidad Javeriana.

✓ ANEXO 27 – Elaboración de textos para la web



Noticia

UIS – GOBERNACIÓN ESTUDIAN CONVENIO TIC'S

Publicado: Viernes, 2 de Agosto de 2013

La UIS junto a la Secretaría de TIC de la Gobernación de Santander, se encuentran explorando la posibilidad de adelantar un convenio interinstitucional relacionado con las nuevas tecnologías de la información, además de la inclusión de la Unidad de Súper Computación y Cálculo Científico de la UIS en el Plan Estratégico Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación, PEDCTI.

Para este propósito se realizó una reunión con la presencia del secretario de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Santander, Omar Lenguerke; el asesor de Tecnología de la Gobernación, Manuel Galán; el rector de la UIS, profesor Álvaro Ramírez García; el jefe de la División de Servicios de Información de esta casa de estudios, Mauricio Tarazona; el director de la Unidad de Súper Computación y Cálculo Científico de la UIS, Carlos Jaime Barrios Hernández y el profesor de planta del programa de Ingeniería de Sistemas, Raúl Gabriel Ramos Pollán.



De izquierda a derecha, Ing., MSc. PhD., Carlos Jaime Barrios Hernández, Director de la Unidad de Súper Computación y Cálculo Científico de la UIS; Omar Lenguerke, secretario TIC de la Gobernación de Santander; profesor Álvaro Ramírez García, rector de esta casa de estudios; Ingeniero Mauricio Tarazona Jefe de la División de Servicios de Información; Manuel Galán, asesor de Tecnología de la gobernación departamental y el profesor de Ingeniería de Sistemas UIS, Raúl Gabriel Ramos Pollán.

✓ ANEXO 28 – Textos para el periódico HECHOS UIS

Edición 51 – junio de 2013

Gente UIS 3

Nace Consejo Estudiantil de Bienestar



CEBUIS
Consejo Estudiantil
de Bienestar UIS

CEBUIS nació de una propuesta presentada en la Asamblea de Bienestar Estudiantil de 2012, donde se expuso la necesidad de crear un órgano mediante el cual se tramite toda la problemática de prestación y cobertura de los programas y servicios brindados por Bienestar Universitario de la UIS a los estudiantes y que estuviera integrado por voceros representantes y beneficiarios de los mismos.

Entre sus objetivos se destaca el ejercicio de veeduría y control sobre los procesos de adjudicación y prestación de servicios y programas de Bienestar Universitario, el reconocimiento público de las personas que contribuyen a la calidad de los mismos y la realización de una campaña permanente de difusión que contribuya a la disminución de la deserción estudiantil, a través de la oportunidad, información sobre los requisitos, fechas de inscripción y procedimiento necesario para ser beneficiario de los servicios o programas existentes según la necesidad personal.

A principio de 2013 iniciaron los procesos de elección de cada uno de los voceros y el pasado 19 de marzo finalizó con la jornada de votación de los dos últimos candidatos de Combos Saludables y Comedores Estudiantiles. Las dos principales funciones que cumplen los voceros son trabajar conjuntamente por el cumplimiento de los objetivos del CEBUIS e identificar y exponer las problemáticas de los diferentes servicios y programas, y plantear propuestas de solución a esas dificultades.

El Consejo Estudiantil de Bienestar UIS, busca que a partir de su existencia en la sede principal de Bucaramanga, a futuro logre expandir su estructura a cada una de las sedes a saber en, Barrancabermeja, Málaga, Socorro y Barbosa para ampliar los beneficios socio-económicos, académicos y de salud que brinda la universidad a los estudiantes.

A continuación se presenta el perfil de los integrantes del Consejo Estudiantil de Bienestar Universitario de la UIS:

 <p>REPRESENTANTE ESTUDIANTIL ANTE EL COMITÉ DE BIENESTAR UNIVERSITARIO 26-03-12 al 26-03-14 Carlos Andrés Monroy Gómez Estudiante de Derecho y Filosofía carlosmonroyuis@hotmail.com</p>	 <p>VOCERO COMBO SALUDABLE 19-03-13 al 19-03-14 Ludwig Ferney Cáceres Remolina Estudiante de Ingeniería Metalúrgica inglfcaceres@gmail.com</p>	 <p>VOCERO PAMRA VOLUNTARIO 08-03-13 al 08-03-14 José Manuel Arengas Acosta Estudiante de Ingeniería Electrónica jose.arengas@hotmail.com</p>	 <p>VOCERO PAMRA AUXILIAR 05-03-13 al 05-03-14 Jhonatan Andrés García Albarracín Estudiante de Ingeniería Electrónica t_atan_012@hotmail.com</p>
 <p>VOCERO RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS Juan Carlos Triana Castro Estudiante de Diseño Industrial juan_k_91@hotmail.com</p>	 <p>VOCERA AUXILIO DE SOSTENIMIENTO FEMENINO 08-03-13 al 08-03-14 Yuleidis Marcela Navarro Moncada Estudiante de Ingeniería Industrial yule-2912@hotmail.com</p>	 <p>VOCERA COMEDORES ESTUDIANTILES 19-03-13 al 19-03-14 Leidy Lorena Garavito Cruz Estudiante de Ingeniería Industrial anergaravito@gmail.com</p>	 <p>VOCERO PAMRA COMEDORES 07-03-13 al 07-03-14 Nelson Camilo Bocanegra Chaparrón Estudiante de Ingeniería de Petróleo nelson.bocanegra@correo.uis.edu.co</p>

HECHOS UIS 51 Junio de 2013

Talento UIS compitió en Rusia

Andrés David Páez Ariza, estudiante de noveno semestre de Ingeniería Eléctrica, fue el representante de esta institución en "La 27 Universiada de Verano 2013" que se realizó del 2 al 17 de Julio en la ciudad rusa de Kasan.

La FISU, International University Sports Federation, es la organizadora de este evento, que en esta versión contó con la participación de más de 9.000 estudiantes-atletas de cerca de 170 países.

Colombia, a través de la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN), realizó en octubre de 2012 los Juegos Universitarios Nacionales en Cartagena, certamen en el cual Andrés David quedó como campeón nacional de los 200 metros planos, logro que le permitió estar en la lista de seleccionados del país que viajaron a Rusia.

La participación del estudiante de alto rendimiento Andrés Páez en esta compe-

tencia, fue apoyada por la UIS, ASCUN y Coldeportes.

Andrés David ha entrenado atletismo por más de 15 años. En esta justa deportiva compitió en las pruebas de 200 y 400 metros planos.



✓ ANEXO 29 – Textos para el periódico CÁTEDRA LIBRE

Edición 159 – julio de 2013

16 ROBOTICA

Cátedra julio de 2013 No. 159

Premio internacional Kazzito – Pequeñín, primero en México

Por: Mónica Farfán S. / Periodista TELEUIS-Comunicaciones

Jorge Saúl Castillo Jaimes, estudiante de quinto semestre de Ingeniería Electrónica de la Universidad Industrial de Santander, con su robot Kazzito-pequeñín obtuvo el primer lugar en la categoría Seguidor con obstáculos en la Primera Copa Internacional de Robótica IPN (Instituto Politécnico Nacional) México 2013.

Jorge Castillo junto al Grupo de Investigación ERA, Electrónica y Robótica Aplicada, de la UIS, y el acompañamiento del profesor Raúl Cadena de la Escuela de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y Telecomunicaciones, lograron destacarse en una de las 19 categorías del certamen. Kazzito - Pequeñín cumplió con las exigencias de la prueba y derrotó a 25 robots presentados por asistentes de diferentes partes del mundo. "El Robot debe estar perfectamente calibrado para cumplir toda la trayectoria del camino en el menor tiempo posible"; así definió el estudiante la exigencia del evento.

Kazzito - Pequeñín

Kazzito - Pequeñín es un robot autónomo integrado por una estructura acrílica, 4 servomotores, sensores reflectivos para detectar las líneas, un sensor de proximidad para detectar los objetos, la placa de control y la batería.

Lo especial de esta pequeña maquina está en la programación, compuesta por un microcontrolador freescale h8, que es un circuito integrado programable, capaz de ejecutar las órdenes grabadas en su memoria. "La programación está perfectamente diseñada para seguir líneas negras, continuar en casos de discontinuidades, esquivar los objetos cuando los detecte y cambiar perfectamente las velocidades de los motores", es la explicación técnica que da Jorge sobre su robot.

Grupo de Investigación ERA, de la UIS

Este es un grupo conformado por estudiantes, que nació de su iniciativa, en la búsqueda de incentivar los logros más allá del carácter académico y basado en el sentido misional de la universidad, para avanzar en el conocimiento.

"Por eso se llama Electrónica y Robótica Avanzada, no solo quedarnos en la parte teórica, sino ver la aplicación de esos conocimientos", explica Jorge Saúl sobre ERA. Este grupo tiene como objetivo motivar la investigación en robótica y permitir que a través de los conocimientos generados se pueda avanzar en tecnología y que a la vez, estos logros sean motivo de orgullo e interés para nuevos integrantes del equipo investigativo. El ideal de esta agrupación es llegar a convertirse en un centro de investigación que sea de reconocimiento en la región y a nivel nacional.

Cabe destacar los beneficios que un grupo de investigación ofrece: el conocimiento superior a lo adquirido en el programa académico, el trabajo en grupo con personas de diferente nivel universitario, la conformación de grupos interdisciplinarios, el aporte de nuevo conocimiento y distinción a la Universidad.

Primera Copa Internacional de Robótica IPN

El concurso organizado por la CPR, Comunidad Politécnica de Robótica del IPN, en su primera edición logró impactar mundialmente al cumplir con los objetivos propuestos: promover la participación, el interés del público en general y el intercambio de ideas, investigación, desarrollo y la aplicación tecnológica de los concursantes en las diferentes áreas de la robótica nacional e internacionalmente.

"Se obtiene mayor aprendizaje. Se conocen otros tipos de robots. Se ve el nivel de pensamiento de otras personas del mundo, en cuanto a robótica", señaló el estudiante Castillo.

La asistencia a este evento representa para los participantes un importante aporte a su aprendizaje al hacer parte de esta muestra tecnológica y distinguir las fortalezas de cada universidad e identificar los aspectos que aportarían al avance investigativo personal.



✓ ANEXO 30 - Monitoreo de medios agosto 21 de 2013

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS - UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER					
Fecha	Titular/Resumen	Sección	Página	Medio	Televis prensa
25/06/13	Libro: Ayer se realizó el lanzamiento del libro "Voces contra el silencio, memoria contra el olvido", el cual aborda 25 trayectorias de vida de víctimas y sobrevivientes desplazadas que residen en el barrio Café Madrid	Bucaramanga	3A	Vanguardia Liberal	
26/06/13	MinTrabajo impuso multa de \$2,700 millones a la UIS				
	Concurso de literatura: La Dirección Cultural de la UIS convoca a escritores colombianos a participar en el IX Concurso Nacional de Libro de Cuentos y V Concurso Nacional de Libro de Poesía. La convocatoria se cierra el 1 de Noviembre de 2013				
27/06/13	Concierto de guitarra: La Dirección Cultural de la UIS realizará una serie de tres recitales de guitarra, los próximos jueves 11, 18 y 25 de julio en el auditorio Luis A. Calvo. Los eventos cuentan con el apoyo de la Alianza Francesa. Entrada gratis.		4A		
28/06/13	Graduación: En ceremonias solemnes que se celebrarán en el auditorio 'Luis A. Calvo', la UIS les confiere hoy el título profesionales a 677 estudiantes, quienes terminaron su formación				
	Solidaridad: La ACJ YMCA realizará el próximo 31 de agosto, a partir de las 7:00p.m., un banquete solidario en el Salón Santander de la Universidad Industrial de Santander, UIS. Datos adicionales en la línea 685 1809				
29/06/13	Docente descubrió nueva especie de mariposa		8C	El Frente	
	Convocatoria: La UIS convoca a todos los escritores colombianos a participar en el IX Concurso Nacional de Libro de Cuentos y en el V Concurso Nacional de Libro de Poesía. Informes 6344000 Ext: 2347-2647 o divcult@uis.edu.co	Sociales	6B	Vanguardia Liberal	
30/06/13	UIS y UTS tienen su 'cuota' en Juegos Mundiales Universitarios	Deportes	18A		
	Docente de la UIS descubre nueva especie de mariposa	Ciencia	11C		

MONITOREO DE MEDIOS RADIO Y TELEVISIÓN - UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER				
Fecha	Tema	Sección	Medio	Televis prensa
25/06/13	Agenda cultural de la UIS - Jueves 27 Jardín de la Poesía y Viernes 28 Auditorio al aire libre "La Gallera"	Noticiero del medio día	Caracol Radio	
28/06/13	Entrevista profesor Villalobos: nueva especie de mariposa	Hoy por hoy		
		Noticiero del medio día		

MONITOREO DE MEDIOS RADIO Y TELEVISIÓN - UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER					
Fecha	Tema	Sección	Medio	Enlace	Televis Prensa
26/06/13	Ministerio de Trabajo impuso multa de \$2,700 millones a la UIS	Bucaramanga	Vanguardia Liberal	http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/213923-ministerio-de-trabajo-impuso-multa-de-2700-millones-a-la-uis	
	En el páramo de Santurbán, Docente de la UIS descubre nueva especie de mariposa	Noticias UIS	UNIRED	http://www.unired.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=460:en-el-paramo-de-santurban-docente-de-la-uis-descubre-nueva-especie-de-mariposa	
27/06/13	Profesora de la UIS representó a la Universidad en España	Noticias	ASCUN	http://www.ascun.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=1351:profesora-de-la-uis-represento-a-la-universidad-en-espana&catid=80:noticias&Itemid=475&highlight=WyJ1aXMiXQ==	
	La UIS gradúa nuevos profesionales	Universidades	CVNE - Min Educación	http://www.mineducacion.gov.co/portal/uis/uis-20130628	
28/06/13	La UIS gradúa nuevos profesionales	Noticias UIS	UNIRED	http://www.unired.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=464:la-uis-gradua-nuevos-profesionales&catid=11&Itemid=345	
	UIS en olimpiada universitaria en Rusia			http://www.unired.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=463:uis-en-olimpiada-universitaria-en-rusia&catid=11&Itemid=345	
29/06/13	Docente de la UIS descubre nueva especie de mariposa	Noticias	Canal Zoom	http://www.zoomcanal.com.co/Noticias/Docentedelaisdescubrenuevaespeciedemariportabid/1429/Default.aspx	
	Docente descubrió nueva especie de mariposa	Bucaramanga	El Frente	http://www.elfrente.com.co/index.php/municipal/bucaramanga/item/3287-docente-descubrio-nueva-especie-de-mariposa	
30/06/13	UIS y UTS tienen su 'cuota' en Juegos Mundiales Universitarios	Deportes	Vanguardia Liberal	http://www.vanguardia.com/deportes/otros-deportes/214470-uis-y-uts-tienen-su-cuota-en-juegos-mundiales-universitarios	
	El rastro de una guerra que no debe volver a ocurrir (AMOV)	Región		http://www.vanguardia.com/santander/region/214498-el-rastro-de-una-guerra-que-no-debe-volver-a-ocurrir	

✓ ANEXO 31 –Encuentro de profesionales de comunicación.

Directorio los profesionales de comunicación UIS

PROFESIONALES COMUNICADORES EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER				
Dependencia	Nombre	Extensión	Celular	Correo
TELEUIS	Iván Dario Montoya Osorio	2669	300211 6137	idmontoy@uis.edu.co
	Johanna Inés Delgado	2194	320855 6501	jidelgad@uis.edu.co
	Clara Inés Peña Manosalva	2500	300567 8797	claritapena@gmail.com
	María del Mar Morales	2170	314378 1896	mar.morales67@gmail.com
	Gonzalo Serpa Isaza	1107	300327 2917	gonzalo-serpa@gmail.com; gonseri@uis.edu.co
	Mónica Farfán Sanabria	2353	300202 7018	moni_farfans@outlook.com ; farfans.moni@gmail.com
UIS Estero	Sara Helena Serrano García	652437 8	311476 7785	emisoras@uis.edu.co ; sahese@gmail.com
UIS am	Alba Rocio Tarazona Malpica	652437 8		altarama@uis.edu.co
División de Recursos Humanos	Juan Manuel Morales	1275	316457 2024	drhcomunicaciones@uis.edu.co
Proinapsa	Karen Arias	3218	318394 0823	karennataliaa@gmail.com
IPRED - Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia UIS	Roxana Cativiela	2640	300555 6082	mercadeo.ipreduis@gmail.com
Sede Barbosa	Cindy Melissa Fonseca Páez	5529	310756 7652	comunicacionuisbarbosa@gmail.com ; melifonseca@gmail.com
Sede Barrancabermeja	Brigitte Donado Martínez	6020	300697 5791	barpromo@uis.edu.co ; bstdoma@gmail.com
Sede Málaga	Diego Fabián Carreño Cárdenas	6515	311234 2038	comunicacionesmalaga@uis.edu.co ; difabianca@gmail.com
Sede Socorro	Ludy Villareal Martínez	5003	315640 6102	socproye@uis.edu.co ; luluv17@hotmail.com
Movilidad de la Dirección de Relaciones Exteriores	María del Pilar Mogollón Noguera	2578 - 632061 5	315371 5133	relext@uis.edu.co ; mariadelpilarmogollon@gmail.com
Facultad de Salud	Constansa Inestrosa	3325	318680 1624	saludaldia@uis.edu.co; macohiva@hotmail.com
VIE - Vicerrectoría de Investigación y	Jessica Correa Hernández	1428	301252 1398	comunicacionesvie@uis.edu.co

Extensión				
FAVUIS - Fondo de Ahorro para Vivienda de la Universidad Industrial de Santander Industrial de Santander	Juan Manuel Corredor	2288 - 21	316690 6832	juanm.corredor@hotmail.com
Rectoría	Laura Milena Aguilera Monroy	2142	315844 4960	laura7aguilera@hotmail.com
Capruis - Caja de Prevención de Salud de la UIS	Yurley Fernanda Noriega Correa	2380 - 142	316838 3163	fernanda906@hotmail.com
	Sergio Alvarado		sergioalvaradog@gmail.com	
PEDCTI	Adriana Amaya	638936 3	315667 0826	adry_marycielo@hotmail.com ; playfilmscolombia@gmail.com ; pedctisantander@gmail.com

Orden del día:

N°	Hora	Actividad	Presenta	Cargo
1	8:00 am	Proceso de calidad de comunicación	Yuly Ramírez y Mayra Jurado	Auxiliar y Facilitadora proceso de calidad
2	8:20 am	Proyecto Ciencia y Tecnología	Gloria Pino	Ing Control Interno
3	8:40 am	Presentación director Teleuis-Comunicaciones	Dr. Iván Darío Montoya	Director de Teleuis
4	09:10 am	Presentación manual de imagen corporativa UIS.	Fernando Rivero	Diseñador UIS
5	9:40 am	Criterios generales de manejo de información y programa uis en am y pm	Clara Inés Peña	Prensa
6	10:10 am	REFRIGERIO		
7	10:30 am	Cátedra Libre.	C.S Gonzalo Serpa.	Prensa
8	11:00 am	Presentación lineamientos Emisoras UIS.	C.S Helena Serrano. C.S Alba Tarazona	Coordinadoras Emisoras UIS.

9	11:30 am	Información Acreditación.	Ing Maritza	Vicerectoría Académica
9	12:00 m	ALMUERZO		
10	01:20 pm	Presentación manual de imagen corporativa IPRED.	Fernando Rivero	Diseñador UIS
11	01:40 pm	Socialización de ideas.	Comunicadores IPRED.	
12	02:10 pm	CONCLUSIONES.		
13	03:00 pm	FINALIZACIÓN		

Registro fotográfico





✓ **ANEXO 32 – Guión nota audiovisual sobre el Lanzamiento de AMOVI**

AMOVI

El grupo de investigación Historia, Archivística y Redes de Investigación de la UIS creó AMOVI, el Archivo de Memoria Oral de las Víctimas, encargada de recolectar las trayectorias de vida de mártires de la guerra en Colombia para darla a conocer a la comunidad.

Con el trabajo de esta institución, pionera en la región, se ayuda a las víctimas del conflicto interno armado colombiano en sus procesos de reparación a través de la construcción de una memoria histórica razonada que permita a la sociedad colombiana tomar conciencia de la realidad del conflicto vivido por más de 50 años en el país..

La profesora Ivonne Suárez Pinzón de la Escuela de Historia y Archivística de la UIS, quien dirige este proyecto, destacó el aporte de la academia.

“Yo pienso que es sumamente importante, primero que todo porque la academia no está fuera del conflicto, la academia ha vivido el conflicto, hace parte del conflicto como hace parte del país. Pero tiene una misión especial, es misión de la academia aportarle a la comunidad y la mejor forma de aportarle a la comunidad en este momento la academia es ayudando a construir ese paradigma que todos tenemos, que es llegar a la paz. Para llegar a la paz tenemos que construir esa verdad que se construye con los trabajos de memoria, que iniciamos con este archivo”

Durante el lanzamiento de AMOVI asistieron representantes de la Asociación de Familiares Detenidos Desaparecidos (ASFADDES), la Asociación de Desplazados del barrio Café Madrid de Bucaramanga e hijos de víctimas del conflicto como José Antequera e Iván Cepeda.

Uno de ellos, José Antequera hijo considera que la reivindicación de los derechos de las víctimas, es un asunto pendiente en el país.

Audio José Antequera

“Es necesario que la sociedad se comprometa con los derechos de las víctimas, entendiendo que los derechos de las víctimas son derechos de toda la sociedad, que la agenda de reivindicaciones tiene que convocar que toda la sociedad reflexione sobre su sistema de económico, político, su educación, su salud y todo lo que ha sido impuesto a partir de las violaciones a los derechos humanos”

Alfonso Castillo miembro del Movimiento Nacional de Víctimas de Crímenes de Estado, Movice, resalta el valor de este nuevo espacio que abre la universidad a través de AMOVI.

Audio: Alfonso Castillo “Creo que es muy importante que la academia se vincule y se ponga de frente a la problemática real del país, que salga de los cubículos de investigación y se conecte con los que son los autores principales en la problemática del país en los últimos 50 años”

La labor de AMOVI seguirá, fiel a su compromiso con las víctimas de la violencia, de escucharlas, recoger la memoria para archivarla, investigar y ayudar a producir la verdad con justicia social, siempre desde la verdad de los que han sufrido los horrores del conflicto en el país.

Audio: Profesora Ivonne “Tenemos que investigar esta realidad del conflicto y tenemos que seguir produciendo actos y eventos académicos e investigativos que den a conocer estos productos y que puedan vincular cada vez a más personas al proyecto del Archivo de Memoria Oral de las Víctimas”

Link del Lanzamiento de AMOVI en el canal de you tube:
<http://www.youtube.com/watch?v=5um1NtloYXk>

✓ **ANEXO 33 – Boletín de prensa sobre el Lanzamiento de AMOVI**

LANZAMIENTO DE AMOVI

(ARCHIVO DE MEMORIA ORAL DE LAS VÍCTIMAS)

Este lunes 24 de junio a las 5 p.m, en el auditorio Luis A. Calvo de la UIS, el grupo de investigación **Historia, Archivística y Redes de Investigación** de esta casa de estudios, realizará el lanzamiento del “**Archivo de Memoria Oral de las Víctimas**”, AMOVI.

AMOVI es una institución, pionera en la región, encargada de recolectar la memoria de las víctimas del conflicto armado interno colombiano y darla a conocer a la comunidad.

El proyecto está comprometido con la reparación integral de las víctimas, a partir de la inclusión de las comunidades afectadas en la autoconstrucción de los análisis socio-históricos del conflicto vivido por más de 50 años en el país.

“Esta idea es importante porque la única posibilidad de tener verdad, reparación y justicia es construir una memoria razonada” afirmó Ivonne Suárez Pinzón, profesora de la Escuela de Historia y Archivística de la universidad y líder de este proyecto que tiene el apoyo de la UIS, Colciencias y la Corporación para el Desarrollo del Oriente “Compromiso”.

El evento contará con la participación de representantes de la Asociación de Familiares Detenidos Desaparecidos (ASFADDES), la Asociación de Desplazados del barrio Café Madrid de Bucaramanga y el testimonio de algunas víctimas como José Antequera e Iván Cepeda, hijos de mártires del conflicto colombiano.

En este mismo acto, se realizará el lanzamiento del libro “Voces contra el silencio, memoria contra el olvido”, el cual aborda 25 trayectorias de vida de víctimas/sobrevivientes desplazadas y habitantes del barrio Café Madrid.

AMOVI – UIS también extiende una invitación para este martes 25 de junio a la conferencia: “Memoria para la paz”, que tendrá lugar en el Ágora de la Facultad de Ciencias Humanas a las 9 a.m., a cargo de José Antequera de la Universidad Javeriana, quién presentará los resultados de la investigación que adelantó sobre el tema objeto de su disertación.

Contacto: Ivonne Suárez Pinzón, Directora AMOVI – UIS

3138858477 – 6451639 – 6344000 ext 1187

Bucaramanga, junio 21 de 2013

Mayores informes:

TELEUIS -Comunicaciones