

**PARÁMETROS DE ESTILO Y PROCEDIMIENTO PARA LA PUBLICACIÓN DEL  
INFORMATIVO “HECHO EN LA UIS”**

**JAVIER MAURICIO REALES MEJÍA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
BUCARAMANGA**

**2007**

**PARÁMETROS DE ESTILO Y PROCEDIMIENTO PARA LA PUBLICACIÓN DEL  
INFORMATIVO “HECHO EN LA UIS”**

**JAVIER MAURICIO REALES MEJÍA**

**Informe de pasantía para optar al título de  
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
BUCARAMANGA**

**2007**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bucaramanga Marzo de 2008

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
TÍTULO	8
1. INTRODUCCIÓN	12
2. JUSTIFICACIÓN	13
3. MARCO CONTEXTUAL	15
3.1 INFORMACIÓN CORPORATIVA	15
3.1.1 Reseña histórica.	15
3.1.2 Misión	20
3.1.3 Visión.	20
3.1.4 Objetivos corporativos.	23
3.2 ANTECEDENTES EN COMUNICACIÓN	24
3.2.1 Televisión	24
3.2.2 Videos Institucionales	24
3.2.3 Programa Televisivo Institucional “Tendencias	25
3.2.4 Emisora UIS Estéreo	25
3.2.5 Grupo de prensa UIS	26
3.3 ESTUDIO DEL ENTORNO	27
3.4 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA DEPENDENCIA	27
4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	29
5. OBJETIVOS	30
5.1 OBJETIVO GENERAL	30
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	30
6. MARCO TEÓRICO	31
7. METODOLOGÍA DEL TRABAJO	39
7.1 FASES DE EJECUCIÓN	40

8. CRONOGRAMA	43
9. PRESUPUESTO	44
9.1 RECURSOS HUMANOS	44
9.2 RECURSOS FINANCIEROS	44
9.3 RECURSOS TÉCNICOS	44
9.4 PRESUPUESTO TOTAL	44
10. INFORME CENTRAL	45
PARÁMETROS DE ESTILO Y PROCEDIMIENTO PARA LA PUBLICACIÓN DEL INFORMATIVO “HECHO EN LA UIS”	47
RECOMENDACIONES	64
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFÍA	66
ANEXOS	

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Logotipo	47
Figura 2. Numeral de página	48
Figura 3. Cabezote interno izquierdo	48
Figura 4. Cabezote interno derecho	49

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. LOGO HECHO EN LA UIS	67
ANEXO B. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA UIS	68
ANEXO C. ORGANIGRAMAS DE LOS PRODUCTOS DESDE EL GRUPO DE PRENSA UIS	69
ANEXO D. ORGANIGRAMA COMITÉ DE MEDIOS	70
ANEXO E. PORTADAS EDICIONES HECHO EN LA UIS	71
ANEXO F. PORTADA EDICIÓN No5 HECHO EN LA UIS (ABRIL DE 2007)	72
ANEXO G. EJEMPLO PÁGINA INTERNA DE HECHO EN LA UIS (Edición 3, página 5 – MARZO DE 2007)	73
ANEXO H. ENTREVISTAS CON LA COORDINADORA DEL GRUPO DE PRENSA UIS Y EL DISEÑADOR	74

## **TÍTULO**

Parámetros de estilo y procedimiento para la publicación del Informativo “HECHO EN LA UIS”

## **RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO: PARÁMETROS DE ESTILO Y PROCEDIMIENTO PARA LA PUBLICACIÓN DEL INFORMATIVO “HECHO EN LA UIS”**

**AUTOR(ES): JAVIER MAURICIO REALES MEJÍA**

**FACULTAD: Facultad de Comunicación Social**

**DIRECTOR(A): LUIS JORGE ORCASITAS**

HECHO EN LA UIS es un informativo dirigido a estudiantes el cual comunica todos los aspectos referentes a las gestiones, objetivos, noticias y acontecimientos de esta entidad universitaria. La idea de este proyecto se basa en establecer los parámetros donde se expliquen los procedimientos que se deben tener en cuenta al momento de realizar el informativo institucional, los parámetros, tanto noticiosos como gráficos, que encierran el método de funcionamiento, lo cual ayuda a que este periódico mantenga la misma esencia, logrando, no sólo, un reconocimiento en la comunidad a la cual se dirige, sino, una organización en la forma del manejo en la información. El planteamiento de estas pautas, lo que pretende es mantener un estilo específico en función de la publicación, desde la forma de contenido, manejo de la información e, incluso, su distribución. Para llevar a cabo esta labor se debe tener en cuenta varios puntos que faciliten su desarrollo los cuales son: una observación detallada del impreso, reunión con los miembros pertenecientes al Comité Editorial, establecer puntos en común con un manual de estilo ya existente de otro medio impreso, conocer la opinión de la comunidad estudiantil mediante un sondeo de opinión, redactar los parámetros y, finalmente, socializarlo con los miembros del comité editorial. Teniendo presente los estándares de calidad que se manejan en el marco de las políticas organizacionales de la UIS, la implementación de un manual de parámetros de estilo y procedimiento para la producción de “HECHO EN LA UIS” es necesaria y útil tanto para el comité editorial actual como a futuros miembros del mismo, debido a que es un instructivo que facilita el trabajo de realización, brindando pautas periodísticas y estéticas. Estos parámetros no sólo facilitarán el trabajo de los realizadores del

informativo, también logrará generar en este una esencia única, permitiendo un reconocimiento en el público objetivo al cual se dirige.

**PALABRAS CLAVES:** Parámetros, procedimientos, estilo, informativo estudiantil, periódico.

## **SUMMARY**

HECHO EN LA UIS is an informative which are directed to students, where are communicated aspects relating to the administrations, objectives, news and events of this university entity. This project is based on establishing the parameters which explains the procedures, newsy and graphics, that should be had in bill to the moment to carry out the informative institutional, that contain the operation method, that helps to maintain, in this newspaper, the same essence, acquiring a recognition in the community to which goes and the organization that hand the information. These rules, seeks to maintain a specific style in function of the publication, from the contents form, handling of the information and their distribution. To carry out this work, it should be kept in mind several points that facilitate their development which are: a detailed observation of the form. Talk with the members belonging to the Editorial Committee. Establish points in common with a manual of style existent of another newspaper. To know the opinion of the student community by means of an opinion poll, to edit the parameters and, finally, to socialize it with the members of the editorial committee. Bearing in mind the quality standards that they handle in the frame of the policies organizacionales of UIS, the implementation of a manual of parameters of style and procedure for the production of "HECHO EN LA UIS " is necessary and useful for the actual committee and future members of the same one, due to the fact that it is the instructive one that facilitates the work of accomplishment, offering journalistic and aesthetic guidelines. These parameters won't only facilitate the work of the editorial committee, it will also be able to generate an unique essence in the newspaper, allowing a recognition to the objective public to which goes.

PALABRAS CLAVES: Parameters, procedures, style, informative student, newspaper.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Industrial de Santander – UIS, cuenta con una dirección de comunicaciones encargada de difundir noticias de interés que se generan al interior de la Institución, a toda la comunidad universitaria, a través de los diferentes medios de comunicación: radio, prensa, televisión y página Web.

El grupo de prensa UIS se encarga de la recepción, organización, producción y difusión de los acontecimientos que se generan en el campus universitario de la UIS, mediante impresos y publicaciones en la página Web del Alma Mater.

Para lograr esta responsabilidad en el manejo de la información, esta dependencia cuenta con medios de comunicación tanto internos como externos, en los que la comunidad puede estar al tanto de los diferentes sucesos de la Institución.

Entre estos medios comunicativos se encuentran: la página Web, la Revista Santander, el periódico Cátedra Libre, el archivo gráfico e impreso, boletines de prensa, y el informativo interno Hecho en la UIS, anteriormente llamado Cátedra Suplemento.

De este último se desprende el proyecto a realizarse, el cual consiste en establecer parámetros de estilo y procedimiento para su publicación y el cual pretende facilitar la ayuda a las personas que formen parte del comité editorial del informativo explicando, en detalle, todo el contenido que hace parte del mismo.

La importancia de este proyecto se centra en suministrar toda la información necesaria para desarrollar el producto, de esta forma, se realizará un análisis en aspectos como el diseño gráfico, la tipografía utilizada en los artículos, imágenes que refuercen cada nota, distribución de las noticias y manejo de información.

## 2. JUSTIFICACIÓN

El Informativo “HECHO EN LA UIS” es una publicación de la Universidad Industrial de Santander de edición quincenal, cuyo propósito es comunicar a toda la comunidad, en especial la estudiantil, todos los aspectos referentes a las gestiones, objetivos, noticias y acontecimientos de esta entidad universitaria.

Para poder lograr este objetivo de comunicación, el grupo de prensa, quien se encarga de la parte de contenido del impreso, debe realizar las investigaciones pertinentes sobre los diversos acontecimientos que se pueden presentar en el Alma Máter.

La idea de este proyecto se basa en establecer los parámetros donde se expliquen los procedimientos que se deben tener en cuenta al momento de realizar el informativo institucional, los parámetros, tanto noticiosos como gráficos, que encierran el método de funcionamiento, lo cual ayuda a que este periódico mantenga la misma esencia, logrando, no sólo, un reconocimiento en la comunidad a la cual se dirige, sino, una organización en la forma del manejo en la información.

La motivación, para llevar a cabo este proyecto, surge de la necesidad en que las personas que formen parte del comité editorial en el grupo de prensa UIS conozcan la forma y el estilo del manejo respecto a la producción de sus publicaciones, de este modo, no sólo se brinda pautas para el desarrollo de este trabajo que posibiliten a este grupo desempeñar con mayor agilidad su labor, sino que también permite lograr una identidad corporativa y unidad de sentido en los productos comunicativos que desde allí se procesan.

El planteamiento de estas pautas, lo que pretende es mantener un estilo específico en función de la publicación, desde la forma de contenido, manejo de la información e, incluso, su distribución.

Teniendo presente los estándares de calidad que se manejan en el marco de las políticas organizacionales de la UIS, la implementación de un manual de parámetros de estilo y procedimiento para la producción del informativo interno “HECHO EN LA UIS” es necesaria y útil para el comité editorial, debido a que es un instructivo que facilita el trabajo de realización del mismo brindando pautas tanto periodísticas como estéticas.

### 3. MARCO CONTEXTUAL

#### 3.1 INFORMACIÓN CORPORATIVA

**3.1.1 Reseña histórica.** De manera general el texto siguiente presenta parte de la historia de la Universidad Industrial Santander, información institucional pertinente para conocer el sitio donde se desarrolló el trabajo presentado. Esta información es proporcionada por la misma institución universitaria.

Sin dudas una de las universidades con mayor trayectoria en el país es la Universidad Industrial de Santander. Su historia consigna importantes procesos de desarrollo de la nación en el campo no sólo académico, sino social, cultural y empresarial. A través de su espacio virtual es posible conocer parte de su historia la cual consignamos a continuación.

La Universidad Industrial de Santander es una Institución pública de Educación Superior cuya área de influencia abarca un amplio sector del nororiente colombiano, encontrándose su domicilio principal en la ciudad de Bucaramanga, Departamento de Santander. Desde su creación, hace ya 59 años, esta Universidad ha estado en el centro de las expectativas de la región, pues la comunidad siempre ha visto en ella el lugar más propicio para la formación de las personas con una educación de alta calidad profesional.

Constituyó también un propósito visionario de sus fundadores que este centro educativo sirviera como la fuente necesaria de recepción, adaptación y generación del conocimiento en Ciencia y Tecnología, pues lo consideraban como el conocimiento fundamental, necesario para impulsar proyectos de desarrollo industrial en la región, razón por la cual se privilegió en una primera instancia las carreras de Ingeniería Química, Mecánica y Eléctrica, en cuyo soporte tecnológico

la clase dirigente abrigaba sus esperanzas de modernización del país. Fue precisamente éste el propósito que definió desde sus comienzos un énfasis especial en el área de las ingenierías hasta consolidar en ellas una de las más fuertes tendencias en la educación profesional que se imparte en esta institución y una de las más caracterizadas puntas de desarrollo académico e investigativo que han marcado la vocación “industrial” con el que se reconoce el talento académico de la Universidad Industrial de Santander. Proyecto éste que posteriormente se enriqueció con la creación de las carreras de Ingeniería Civil, Industrial, Metalúrgica y Diseño Industrial y que encontró en la Facultad de Ciencias Básicas el soporte fundamental dado por la Física, la Química, las Matemáticas y la Biología, en cuyo lenguaje se universaliza la expresión y comprensión de la experiencia científica del hombre.

Cabe señalar que la presencia cercana de la Empresa Colombiana del Petróleo, ECOPEL, y de su Instituto Colombiano del Petróleo, ICP, ha sido muy importante para el desarrollo del área de las ingenierías las cuales, con la apertura posterior de los programas en Ingeniería de Petróleos y Geología, se han visto estimuladas por los fuertes vínculos que históricamente la UIS ha mantenido con estas grandes entidades gubernamentales ligadas a la tecnología de los hidrocarburos.

Hacia 1967 se amplió la vida académica de la Universidad con la carrera de Medicina, un proyecto que poco a poco se fue enriqueciendo hasta consolidarse hoy en una fuerte Facultad de Ciencias de la Salud que responde científica y profesionalmente por la atención médica de los servicios que se ofrecen en la Empresa Social del Estado Hospital Universitario de Santander, mediante el concurso decidido de la comunidad universitaria de los programas de Medicina, Enfermería, Nutrición y Dietética, Bacteriología y Laboratorio Clínico y Fisioterapia. El importante desarrollo profesional e investigativo de esta Facultad le ha

merecido el reconocimiento público de las comunidades académicas nacionales e internacionales por los altos niveles de su desempeño.

Con el advenimiento de la Facultad de Ciencias Humanas, a mediados de la década de los setenta, se amplió el espectro multidisciplinario de la Universidad, tanto en la parte académica como en la Investigación, pues en este sentido se abrió el espacio para los programas de Historia, Música, Educación, Trabajo Social, Idiomas, Derecho y Ciencias Políticas, Economía y Filosofía; los tres últimos de más reciente creación. La necesaria reflexión de contexto; la fundamental educación en el espíritu crítico; la generación de una capacidad interpretativa y de reflexión sobre la historia y la sociedad; la promoción de una educación integral con la correspondiente educación estética del hombre; la formación en ciudadanía y la recepción del pensamiento orientador de la filosofía, son tareas en las que han estado comprometidas las disciplinas adscritas a esta Facultad, en las que también se ha avanzado con propuestas de investigación que ayudan a la mejor comprensión de los contextos regionales.

Con todo lo soñado y realizado hasta el momento, lo que se manifiesta ostensiblemente en el devenir de esta historia de la Universidad Industrial de Santander es un crecimiento sostenido con calidad y eficiencia, un avance hacia la profundización del saber con las maestrías y doctorados y un reconocimiento a la alta calidad de sus programas, tal como lo destaca la acreditación de la mayoría de los mismos y el proceso de Acreditación Institucional alcanzado ante el Consejo Nacional de Acreditación.

Es precisamente con el aval de esta trayectoria histórica, aquilatada en una fructífera experiencia, que hoy la Universidad Industrial de Santander dispone de una oferta educativa que se hace primordialmente desde los 33 Programas académicos de pregrado que actualmente se ofrecen, los cuales permiten el acceso a una formación profesional en las más diversas disciplinas, todas

orientadas a proveer el conocimiento avanzado que se requiere para el desarrollo de la región y del país.

La administración de esta docencia se desarrolla desde las Escuelas en las cuales se realiza la recepción, la contextualización y la generación del conocimiento que se requiere para resolver en sus distintos órdenes las necesidades sociales. A su vez, las Escuelas se integran en las grandes unidades que corresponden a las Facultades, cada una de las cuales da cuenta de un área específica del conocimiento. Estas son: la Facultad de Ingenierías Físico Mecánicas, la Facultad de Ingenierías Físico Químicas, la Facultad de Ciencias, la Facultad de Salud y la Facultad de Ciencias Humanas.

Existen además otras grandes unidades, tales como el Instituto de Educación a Distancia, INSED y la Dirección General de Regionalización, a partir de las cuales se atiende con metodologías alternas a la población estudiantil localizada en diversos municipios de Santander, gracias a la creación de cuatro sedes regionales ubicadas estratégicamente en las capitales de provincia del departamento de Santander (Socorro, Barrancabermeja, Málaga y Barbosa), y la extensión de sus programas a diversos municipios colombianos.

Con la acción educativa de estas grandes unidades se atiende un volumen cercano a los 18.000 estudiantes por semestre, en sus programas de pregrado y posgrado presencial y a distancia, en una tarea de continua renovación académica que ha dado hasta la fecha una cifra de más de 40.000 egresados, con los cuales se mantiene una comunicación permanente y fuertes vínculos de solidaridad y de sentido de pertenencia forjados a través de la Asociación de Egresados, ASEDUIS.

La Investigación en Ciencia y Tecnología, en Salud y en Ciencias Sociales ha logrado significativos avances en la UIS, gracias a la tarea continua que se realiza

en los 110 Grupos y Centros de Investigación con los que cuenta la Institución en la actualidad. Dicha acción está orientada por el sentido público de una investigación pertinente, que se articula con la resolución de las distintas necesidades que aquejan al sector productivo, a las comunidades en las que la Universidad se encuentra enclavada, y a la atención de la salud pública mediante la debida atención que se ofrece desde el Hospital Universitario de Santander, centro hospitalario cuya dirección científica y tecnológica se encuentra bajo la tutela de la Facultad de Salud. También en Ciencias Sociales se avanza en proyectos de investigación que exploran e interpretan los problemas históricos, sociales y económicos para su mejor comprensión y para contextualizar las acciones en pro de su desarrollo.

De cara a los asuntos de la cultura, la Universidad dispone de la División Editorial y de Publicaciones encargada de atender la divulgación de su producción científica e intelectual, en aras de participar a la comunidad de los resultados de las investigaciones y de la reflexión crítica que se genera en el quehacer de la vida académica.

Igualmente cuenta con la oficina de Dirección Cultural como un espacio abierto para que la ciudadanía pueda participar de la permanente actividad que en los distintos escenarios de la Universidad se ofrece en torno a las más diversas expresiones culturales y artísticas, sobresaliendo de manera especial el Auditorio Luis A. Calvo, el mejor y más importante escenario cultural del nororiente colombiano. De esta manera, la Universidad Industrial de Santander cumple su papel esencial de una participación permanente en el disfrute de los altos bienes de la cultura como una contribución esencial a la civilización en esta región del país. El Festival Internacional de Piano, por ejemplo, que este año llegó a su vigésima cuarta edición, se ha constituido en un evento de la más alta significación e importancia para la Universidad, la ciudad, el departamento y el país, al ser parte

de uno de los rituales que la comunidad espera anualmente para su deleite y enriquecimiento estético.

**3.1.2 Misión.** 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.

**3.1.3 Visión.** La Universidad Industrial de Santander es una institución de educación superior estatal y autónoma, financiada por el Estado, comprometida con la defensa de un estado social y democrático de derecho y de derechos humanos y la proposición de políticas públicas que garanticen el acceso de la población a condiciones de vida digna.

La UIS es actor principal del desarrollo económico, social y cultural de la región y ejemplo de democracia, convivencia, autonomía y libertad responsable. Es lugar de consulta sobre las tendencias y desarrollos en el campo de las ciencias, los avances tecnológicos, las necesidades y oportunidades del mundo del trabajo y los deseos de bienestar de la comunidad.

La vigencia social de la universidad se manifiesta en su participación activa en organismos de planificación local, regional y nacional, en agrupaciones de

participación ciudadana para la proposición y el seguimiento de políticas y programas de desarrollo social, económico y cultural. En el fortalecimiento de sus relaciones con los sectores políticos, sociales y generadores de bienes y servicios que propendan por el bien común, en el marco de la conveniencia institucional. En la integralidad de todos los miembros de la comunidad universitaria, los cuales están formados en el espíritu científico. En la apropiación y el ejercicio de los derechos humanos universales y los derechos políticos, económicos, sociales y culturales correspondientes a la práctica de la ciudadanía y en el ejercicio de una conducta profesional solidaria con la construcción de la nación colombiana.

Es sitio obligado de referencia y consulta para proponer o evaluar las alternativas de solución a los problemas prioritarios de la comunidad, y su contribución es ampliamente valorada como insumo crítico para continuar avanzando en la construcción de una sociedad en donde la equidad, la justicia, la solidaridad y el respeto por los derechos humanos y la naturaleza, sean los pilares del desarrollo humano sostenible en el marco de una cultura de paz.

Es líder del desarrollo científico en bio-ingeniería, fuentes alternas de energía, petroquímica y carboquímica, nuevas opciones para uso de combustibles, nuevos materiales y tecnologías de materiales compuestos, aprovechamiento y uso sostenible de la biodiversidad, promoción de la salud, prevención y control de las enfermedades de mayor ocurrencia, estímulo y acompañamiento a procesos de organización comunitaria orientados al desarrollo social y cultural, y mejoramiento de la calidad de la educación en todos sus niveles. Mantiene como líneas transversales la investigación en electrónica, telecomunicaciones, informática y ciencia y tecnología del medio ambiente. Promueve el desarrollo de la literatura y las artes. En todas sus escuelas, centros e institutos, los miembros de la comunidad universitaria actúan como docentes – investigadores y se mantienen interconectados con grupos de pares académicos que cooperan local, nacional e internacionalmente.

Ofrece, desde la región nororiental al país, formación permanente de alta calidad y pertinencia social, propendiendo por la equidad en el acceso, con fundamento en el mérito académico. Sostiene intercambios y pasantías de profesores y estudiantes con Universidades extranjeras de alta calidad y presenta una amplia oferta de programas presenciales e interactivos mediante tecnologías para la educación virtual.

Es una organización inteligente capaz de adaptarse con eficacia a la velocidad de los cambios y a las necesidades emanadas del entorno. Recibe del Estado los recursos suficientes para adelantar sus funciones de investigación, formación y proyección social, en reconocimiento a su calidad, a los resultados presentados anualmente ante la sociedad y a sus políticas de eficiencia en la utilización de los recursos. Invierte sus rentas propias para fortalecer su posición de excelencia en el medio universitario.

#### **3.1.4 Objetivos corporativos.**

- Formar ciudadanos libres y responsables, conscientes y comprometidos con los valores democráticos, la tolerancia de la diversidad, los deberes civiles y los derechos humanos.
  
- Estudiar y promover el patrimonio cultural de la humanidad, atendiendo a su diversidad étnica, histórica, regional e ideológica, para contribuir a su conservación y enriquecimiento en el marco de la unidad nacional.
  
- Asimilar críticamente y crear conocimiento en los campos de acción de las ciencias, de la tecnología, de la técnica, de las humanidades, del arte y de la filosofía.
  
- Formar profesionales e investigadores sobre una base científica, ética y humanística, que les permita desarrollar conciencia crítica y criterios personales, para actuar responsablemente ante la sociedad, y para aportar su concurso frente a los requerimientos y tendencias del mundo contemporáneo, especialmente en lo que tenga que ver con los problemas y el desarrollo regional y nacional.
  
- Fomentar la educación, la investigación y la cultura ecológica, para contribuir a la preservación y mejoramiento de la calidad de medio ambiente.
  
- Promover el desarrollo de la comunidad académica nacional, propiciar su vinculación con el sector productivo, los organismos del estado y la comunidad del país y fomentar la articulación con sus homólogos en el ámbito internacional.

## **3.2 ANTECEDENTES EN COMUNICACIÓN**

La Dirección de Comunicaciones de la Universidad Industrial de Santander, cuenta con cuatro grupos: prensa, televisión, radio y protocolo, los antecedentes que presenta esta dirección se han desarrollado a través de los medios institucionales universitarios, los cuales se explicarán a continuación.

**3.2.1 Televisión.** Para producción en televisión se cuenta con tecnología en formatos BETACAM SP y DVC con procesamiento digital, de la misma forma hace parte de los recursos físicos de esta unidad, un estudio de 74 mts<sup>2</sup> acondicionado con emparrillado para iluminación con capacidad para 15 kw y dotado de fondo azul-background (Cromakey). Para postproducción, se cuenta con dos salas de edición análogas en formato BETACAM SP y SUPER VHS y una estación de edición no lineal.

Desde 1992, el sistema de Telecomunicaciones de la Universidad Industrial de Santander - TELEUIS, realiza videos educativos y culturales, comerciales de televisión, programas documentales, entre otros.

Ha participado en coproducciones en convenio con entidades oficiales como Gobernación de Santander, Secretaría de Aguas y Medio Ambiente, Sociedad Colombiana y Santandereana de Ingenieros, Señal Colombia, Ministerio de Cultura, ICP, Ecopetrol, asociaciones internacionales como ATEI (Televisión Educativa Iberoamericana), OEA y con entidades no gubernamentales.

**3.2.2 Videos Institucionales.** El antiguo TELEUIS en su quehacer televisivo ha hecho alusión al trabajo realizado por personajes destacados de la Universidad. Sin embargo, no se ha realizado una labor específica, que tenga como eje central la producción audiovisual de personajes destacados UIS de manera amplia.

**3.2.3 Programa Televisivo Institucional “Tendencias”.** El magazín institucional Tendencias es emitido por Televisión Regional del Oriente, TRO, todos los sábados a las 6:00 de la tarde. Ha discurrido por varios formatos en los cuales, se pueden contar: el dramatizado y reportajes.

Por su carácter institucional Tendencias se ha centrado más en la conexión de la UIS con la sociedad, y los eventos a destacar dentro del mundo universitario. Dentro de las emisiones de este programa si es necesario hablar de un cubrimiento a la labor investigativa de personajes del mundo universitario, debemos mencionar que se ha hecho, pero sólo de manera noticiosa en casos concretos como la designación de un nuevo rector, u otro personaje que se hizo merecedor de alguna distinción especial como la orden UIS al mérito.

**3.2.4 Emisora UIS Estéreo.** El trabajo realizado en radio se puede describir en este aspecto como más profundo, puesto que a través de programas como Terminal Azul, de carácter eminentemente cultural se han propiciado espacios de tiempo para esta labor de reconocimiento. Así mismo en los diferentes programas musicales se hace repetidas menciones de los personajes UIS destacados en esta área de las artes.

La emisora UIS ESTÉREO "La Voz de la Universidad", inició sus emisiones el 10 de marzo de 1995, a partir de esta fecha ha ido creciendo y consolidando una programación a la altura de la Universidad que representa con espacios de información, cultura y entretenimiento realizado por estudiantes y profesionales de distintas áreas. En la actualidad puede ser sintonizada, las 24 horas del día, en los departamentos de Santander, Boyacá, Bolívar y Antioquia, en el dial de los 96.9 FM.

Cuenta con un sistema satelital que le permite entrar en contacto con La Voz de América, Radio Francia Internacional, Radio Canadá y Radio Netherland,

proporcionando información actual y diversa sobre temas de trascendencia nacional e internacional. Así mismo, disfruta del servicio de programas diferidos de Radio Nacional de España, Radio Suiza, La Unidad de Radio del Ministerio de Cultura, el Convenio Andrés Bello, las Naciones Unidas, emisoras universitarias del país, entre otras instituciones.

Su variada programación está dirigida a un público esencialmente joven y adulto que busca nuevas propuestas en materia de radio, programas de contenido que orientan, educan y a la vez divierten. UIS Estéreo emite programas musicales en los más variados géneros: jazz, rock, música clásica, colombiana, también espacios periodísticos que procuran la reflexión y el análisis. Recientemente ha incursionado en formatos fascinantes como el radioteatro.

Al cumplir 10 años de vida, UIS ESTÉREO se constituye en una de las alternativas culturales y educativas de la región nororiental del país.

**3.2.5 Grupo de prensa.** El grupo de prensa UIS, Informa a la comunidad interna y externa de la Universidad la actividad propia de esta, a través de boletines, página Web, y algunas publicaciones en medios nacionales y locales. A su vez realiza cubrimientos especiales de eventos académicos concernientes a todo el quehacer universitario con apoyo de las dependencias de Radio y Televisión. Produce el periódico Institucional Cátedra Libre, el cual se publica una vez al mes, a través del periódico Vanguardia Liberal, es el producto más importante del grupo de prensa, es un periódico universitario que busca analizar temas de interés general vistos desde la reflexión propia del quehacer universitario. Así mismo es un medio que propone e informa el estado de la realidad local y nacional, a través de un discurso periodístico claro y de fácil entendimiento para todo tipo de públicos; en él se han desarrollado algunos escritos como alusión al trabajo de personajes que

de una u otra manera se han vinculado con la Universidad, pero estos han sido muy esporádicos.

### **3.3 ESTUDIO DEL ENTORNO**

Como primera medida es necesario mencionar que la Universidad Industrial de Santander atraviesa por un proceso de innovación en sus comunicaciones. Producto de ello, la creación de la Dirección de Comunicaciones UIS a la que pertenece el grupo de prensa, lugar donde se desarrolló la pasantía. Este proceso de renovación e innovación posibilita espacios para el concurso de ideas informativas.

Y a la par de este mejoramiento comunicativo, la UIS, en diciembre de 2005, crea la Vicerrectoría de Investigaciones, razón por la cual se hace necesaria la formulación de diversas estrategias comunicativas que ayuden a visibilizar la labor científica de la Universidad.

### **3.4 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA DEPENDENCIA**

La Dirección de Comunicaciones de la Universidad Industrial de Santander se encarga de hacer visible a diferentes públicos la actividad universitaria. Estas actividades se centran a través de diferentes medios como: prensa, radio, televisión y página Web. De igual forma, se encarga de liderar todo los eventos desde el punto de vista de la organización y protocolo.

Dentro de estas labores de difusión, como se ha hecho mención, existe un grupo de Prensa. Las funciones de este grupo son: la producción y publicación de todo el quehacer universitario que más adelante será cubierto por los demás medios como la radio y la televisión. A través del grupo de prensa se canaliza toda la

información de la Universidad, es por este motivo que las responsabilidades de la dependencia son arduas.

Dentro de estas funciones podemos mencionar; el periódico Cátedra Libre, Noticias UIS y Cátedra Suplemento, entre otras. La responsabilidad es mantener bien informada a la comunidad en general de las actividades de un patrimonio público como lo es la Universidad Industrial de Santander. Para efectos del proyecto en mención, se cuenta con un consejo editorial, que da las directrices del periódico, en cuanto a su estilo o rigor, desde lo ideológico hasta el área técnica y de diseño.

El grupo de prensa UIS está integrado por un comunicador social, que actúa como coordinador del grupo; el director del periódico Cátedra Libre; un diseñador gráfico; la editora, que ejerce las funciones de corrección de textos; un periodista y un comunicador social en pasantía.

#### **4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

Este proyecto se constituye en una herramienta o instrumento que facilite el trabajo de producción y publicación del informativo interno HECHO EN LA UIS, mediante la explicación descriptiva, desde en el manejo de la información y su diseño, hasta su forma de distribución.

Para lograr este propósito, se cuenta con la asesoría de las personas que conforman el grupo de prensa de la UIS, quienes son los encargados de la realización de esta publicación, y, desde su función, indican los patrones necesarios para poder establecer el objetivo de este proyecto.

La idea del presente proyecto se basa en establecer los parámetros, una guía que indique cómo el informativo debe ser realizado, tanto el sistema de redacción de cada noticia, como su estética visual, manteniendo, de este modo, una forma única que lo caracterice y logre reconocimiento a la comunidad a la cual se dirige el impreso.

Además, este proyecto es una herramienta importante para futuros miembros del comité editorial, debido a que, gracias al mismo, estas personas podrán consultar lo que necesiten para la realización de la publicación.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Establecer los parámetros de estilo y procedimiento del informativo interno HECHO EN LA UIS, que guíe, tanto al comité actual como a futuros miembros del grupo de prensa UIS en el manejo estético, de contenido y de distribución de sus publicaciones.

### **5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer parámetros de diseño y redacción para ser discutidos en consenso por el comité editorial.
- Dar a conocer las funciones de cada miembro o grupo participante en la creación de la publicación.
- Mantener la misma línea periodística y estilística del informativo.
- Gestionar la implementación del manual como documento de consulta para todos los involucrados en el proceso de formación del informativo.

## 6. MARCO TEÓRICO

Para el óptimo funcionamiento de cualquier organización se hace necesario un adecuado tratamiento de sus comunicaciones. En un proceso donde cada miembro de esta trabaja en conjunto por un mismo fin, esto es claro. Como tarea urgente de todo proceso comunicativo se describe la creación de canales por donde los mensajes deben transmitirse y lograr, de este modo, agilidad y facilidad en la búsqueda del objetivo corporativo: eficacia en sus labores productivas.

“La comunicación interna debe considerarse como una primera herramienta de gestión que todo directivo de comunicación tiene que manejar. Si se utiliza hábilmente se consolida una cultura de empresa fuerte. Para que exista comunicación interna la cultura empresarial tiene que hacerlo posible, creando una identidad propia donde la imagen interna y externa confluyan en un mismo modo de actuar y de ser empresa. Cultura y comunicación son, en el ámbito empresarial, dos términos estrechamente unidos”.<sup>1</sup>

La comunicación, tomada como parte de la actividad gerencial, debe cumplir propósitos tales como el suministro de información y conocimientos necesarios a todos los miembros de una organización. Todo para que su esfuerzo esté fundamentado en la experiencia adquirida o en la habilidad laboral. Asimismo, la comunicación también debe brindar estrategias para la motivación laboral y satisfacciones en cada cargo que conforman a la empresa, creando una voluntad laboral, que sumada a la habilidad profesional, permite obtener resultados productivos que se sustentan en el trabajo en equipo. Es decir una mejor comunicación conduce a un mejor desempeño en los cargos.

---

<sup>1</sup> POZO LITE. María Del: Cultura empresarial y comunicación interna. Madrid: Editorial FRAGUA, 1997. P. 128

En una organización se debe informar constantemente a sus miembros toda labor que se desarrolle al interior de la misma, buscando crear una unidad mayor para alcanzar las metas planteadas. Para ello, las comunicaciones internas deben usar herramientas que ayuden a este objetivo.

Estas herramientas pueden ser:

- Boletines informativos.
- Revistas.
- Intranet.
- Carteleras.
- Reuniones informativas.

No basta con implementar estas formas de comunicación. Es necesario conocer el funcionamiento de estos canales informativos para que el objetivo deseado se cumpla con eficacia. Para ello es indispensable contar con un departamento encargado del manejo y tratamiento de la información que se genera al interior de cualquier organización. Dependencia que desarrolle apropiadamente la transmisión de mensajes, en forma adecuada a todos los miembros de la institución.

Este departamento, profesional en el manejo de las comunicaciones internas y externas, debe tener unas políticas trazadas en la dirección de los medios comunicativos. Directrices que oriente el uso de divulgación informativa, es decir, que tenga establecido parámetros que indiquen la forma y uso de las herramientas de comunicación.

“Las comunicaciones internas tienen como objetivo principal:

1. Transmitir la información institucional específica de una organización a sus empleados.
2. Fomentar los valores culturales de la organización.
3. Motivar y conocer la opinión de sus empleados en algunos aspectos”<sup>2</sup>.

La comunicación que se maneja, de forma interna, en una organización tiene como propósito transmitir información a todos sus miembros de lo que sucede en los distintos departamentos que conforman la institución. Para ello, la comunicación institucional, hace uso de herramientas periodísticas que logren mantener informado a todo el personal interno.

“Por el constante desarrollo y uso de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación social y, consecuentemente, por la diversificación y especialización del trabajo informativo, el concepto de "periodismo" sintetiza la multiplicidad de funciones del periodista, en diversos medios, resume toda la experiencia acumulada históricamente, desde el surgimiento del periodismo en el medio impreso, a finales del siglo XV, hasta la práctica profesional en los medios audiovisuales, incluyendo el ejercicio en instituciones públicas o privadas, y se extiende en estos momentos a la práctica informativa especializada, investigativa y multimedia”<sup>3</sup>.

Aunque el periodismo en el medio impreso inició en el siglo XV, como se mencionó, fue Julio César, en el año 59 AC, quién estableció el *Acta Diurna*, considerado el primer periódico en la historia, “El Acta Diurna era una lista que contenía breves descripciones y acciones del gobierno en Roma con respecto a los quehaceres cotidianos. Sin embargo, luego se expandió a otras noticias de “interés general” como el anuncio de casamientos, nacimientos y muertes importantes, notas legales, y hasta avisos publicitarios como podía llegar a ser la

---

<sup>2</sup> <http://www.losrecursoshumanos.com/comunicacionesinternas1.htm> Tomado el 2 de octubre a las 9:25pm.

<sup>3</sup> <http://www.saladeprensa.org/art379.htm> Tomado el 2 de octubre de 2007 a las 11:09am

venta de un gran lote de esclavos”<sup>4</sup> este medio ayudó a mantener informado al público en general mediante un método de práctica periodística, el cual es empleada aún en la actualidad debido a que en todas las instituciones existe un flujo de comunicación, la idea es canalizar este flujo con el objetivo de transmitir información veraz y de la forma más pronta posible.

En el ámbito de la educación superior, la prensa universitaria cumple funciones informativas a un grupo directo: la comunidad perteneciente a cada institución, este público necesita un medio en el cual puedan informarse acerca de lo que sucede en su entorno académico. De esta manera, el periodismo en la academia realiza las mismas tareas que en otros tipos de organizaciones.

Por tal razón, la mayoría de instituciones educativas han implementado medios informativos con bases periodísticas en el que se comunica a toda su comunidad eventualidades y sucesos donde los protagonistas son miembros de la misma.

Así, siguiendo estas ideas de comunicaciones, en el ámbito local las principales instituciones de educación superior han implementado medios comunicativos donde se informa a todos sus miembros de las diversas actividades que suceden en su interior.

Como ejemplo, la Universidad Pontificia Bolivariana – UPB, entre sus publicaciones, tiene institucionalizado la revista Brújula; la UNAB, Vivir la UNAB; la Universidad Santo Tomás, Punto de Encuentro.

La UIS tiene establecido su informativo HECHO EN LA UIS, impreso dirigido a su comunidad estudiantil y que nació para solventar la necesidad de poder comunicar a este público sobre los sucesos del Alma Máter.

---

<sup>4</sup> <http://www.anfrifix.com/?p=874> Tomado el 3 de octubre a las 9:06am

Estos informativos, herramientas de comunicación interna, ayudan, en gran medida, a mantener informados a su comunidad académica y también les hace saber que son miembros importantes de la Institución al permitirles conocer las diversas actividades y eventos que se llevan a cabo en la misma, buscando generar, un sentido de pertenencia por la Universidad.

No basta con transmitir comunicados sin ningún tipo de orden, por eso, en la actualidad, el manejo en la difusión de información debe obedecer unos estándares de calidad comprometidos con las políticas organizacionales de cualquier institución, por tal motivo es necesario implementar normas que cumplan con este requisito, que se refieran tanto a la práctica periodística como a la estética visual en un medio de comunicación tangible.

Estas normas pueden recopilarse en un manual que ayude y facilite la forma de producción de un medio informativo.

### **¿Para qué sirve un manual de estilo?**

Un manual de estilo “engloba no sólo los aspectos léxicos, semánticos y gramaticales sino, sobre todo, las herramientas y operaciones que garantizan que el producto sea lo que sus editores desean, y que pretenden legitimar al medio frente a sus consumidores”<sup>5</sup>

De esta forma, el manual se constituye en la guía que ayuda y facilita la realización del producto manteniendo su forma y esencia, logrando un reconocimiento social al público al cual se encuentra dirigido el impreso. No se pretende decir sobre el “qué va a hacer” sino el “cómo se debe hacer”, para ello, el manual debe explicar, tanto en teoría como con ejemplos, todas las reglas, puntos, objetivos, procedimientos que se deben usar para la producción del informativo.

---

<sup>5</sup> [www.comunica.org/chasqui/yriart.htm](http://www.comunica.org/chasqui/yriart.htm) Tomado el 13 de junio de 2007 a las 5:03 pm

Otro punto importante de los objetivos de un manual de estilo se relaciona con el diseño y diagramación del mismo, pues resulta ser una llave de atracción para los lectores. Al tiempo esto ayuda a conseguir la propia identidad del impreso, su reconocimiento social en el público al cual se dirige. Esto es, debido a que aparte de la necesidad primordial del informativo, que es la de comunicar e informar, no se debe confundir al público lector realizando publicaciones con diferente presentación, manteniendo así una unidad en los productos comunicativos.

El manual de estilo y procedimiento es para uso exclusivo de todas las personas que hacen parte del comité editorial del grupo de prensa o dependencia de comunicaciones dentro de una organización, la cual es la encargada de la realización del impreso.

Importantes agencias noticiosas en todo el mundo han implementado esta herramienta con el fin de facilitar la realización de su trabajo informativo. Así se evidencia en diarios, entre otros, como: El Clarín, La Nación de Argentina, el País de España, la Agencia EFE, Reuters y la *Associated Press (AP)*. A esta última pertenece “La Biblia de Los Periodistas”, editada en 1975, es el Manual de Estilo con mayor antigüedad, se realizó cuando el Presidente y Gerente de esta asociación era Louis Boccardi. En su contenido se explicaban reglas ortográficas del idioma en el cuál se trabajaba (inglés), también mencionaba parámetros acerca de cómo evitar riesgos de tipo legal a causa de calumnias e injurias, así como técnicas acerca del funcionamiento de esta agencia noticiosa<sup>6</sup>.

Este manual sirvió como base para que en Estados Unidos, empresas informativas iniciaran una nueva fase en el método de enseñanza en esta área, luego, finalizando la década del 90, en los países Iberoamericanos esta herramienta periodística hacía presencia en el campo. “Lo primero que llama la

---

<sup>6</sup> [www.comunica.org/chasqui/yriart.htm](http://www.comunica.org/chasqui/yriart.htm) Tomado el 13 de junio de 2007 a las 5:03 pm

atención del fenómeno es que los manuales (en su concepción original, destinados al ámbito de las salas de redacción de periódicos y, más tarde, servicios de noticias de radio y televisión) han pasado a convertirse en libros de texto para la enseñanza del periodismo, a pesar de que es posible constatar su poco uso o al menos su poca eficacia en los propios medios”.<sup>7</sup>

No hay que confundir las ideas de un “Manual de Estilo” a un “Manual de Redacción”, este último explica las reglas gramaticales y ortográficas, mientras, el primero argumenta el método de construcción de un informativo. “Un verdadero libro de estilo debiera cumplir otra función: debiera enunciar bajo forma de reglas prácticas los procedimientos para que cualquier profesional pueda producir un determinado periódico, o parte de él, sin cometer fallos, y sin necesidad de recurrir a explicaciones, ayuda o consejos de colegas”.<sup>8</sup>

Antes de la existencia del manual de estilo, las ideas, las dudas y las correcciones de errores se realizaban apoyados en las personas, periodistas que formaban parte de la sala de redacción de los periódicos, tenían establecidos unos horarios en los que se reunían para realizar su trabajo y entre ellos mismos esclarecían dudas respecto al mismo.

Este manual pretende, mediante reglas, aclaraciones, ejemplos y todo lo concerniente a la forma, calidad y procesos de producción, ser el instructivo que reemplace las reuniones, anteriormente mencionadas, por eficiencia en la realización del impreso manteniendo la misma línea informativa y de diseño.

---

<sup>7</sup> YRIART, Martín F. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui , Quito, Chasqui 62, junio '98, tomado el 13 de junio de 2007 a las 6:30 pm, [www.comunica.org/chasqui/yriart.htm](http://www.comunica.org/chasqui/yriart.htm)

<sup>8</sup> YRIART, Martín F. Universo Virtual, Madrid, octubre – noviembre 2004, tomado el 13 de junio de 2007 a las 5:05pm, [http://www.periodistaonline.com.ar/uvirtual/uvir10\\_112004.htm](http://www.periodistaonline.com.ar/uvirtual/uvir10_112004.htm)

El marco conceptual que sustenta este escrito es para la realización de un manual de estilo que servirá como apoyo y guía para los nuevos periodistas del grupo de prensa de la UIS.

## 7. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

Para realizar este trabajo es importante llevar a cabo una observación detallada del impreso, con el fin de conocer su forma estética y periodística, del mismo modo, también se contempla una reunión con los miembros pertenecientes al Comité Editorial para conocer, a fondo, las funciones de cada miembro y las fases que comprenden la producción del informativo.

Es necesario conocer la funcionalidad de un manual de estilo y procedimiento, por tal razón, se toma como base un manual ya establecido de un diario que oriente el proceso de realización de los parámetros de producción del informativo foco de este proceso, que concluirá con la presentación formal del producto final ante los miembros del comité editorial responsables de la realización del impreso “HECHO EN LA UIS”.

Apoyándose en dos de las cinco ediciones ya publicadas de “HECHO EN LA UIS”, se realizará un análisis de contenido de los mismos con el objetivo de conocer el estilo que se maneja en el informativo. Comprendiendo que la elaboración de estos ejemplares fueron realizados sin tener unos parámetros guía, se encontrarán diferencias en el estilo periodístico entre una publicación y otra, por esta razón, se unificarán los criterios pertinentes para la producción del impreso.

Con el objetivo de conocer la apreciación del público objetivo, acerca del diseño, tratamiento de la información y aceptación del informativo, se realizará un sondeo de opinión dirigido a la comunidad estudiantil de la UIS, el cual se publicará en una edición de impreso, con instrucciones de hacer llegar las opiniones al grupo de prensa UIS. De este modo, se procederá a trabajar en el impreso de acuerdo a los aportes resultantes del sondeo de opinión.

## 7.1 FASES DE EJECUCIÓN

- En primera instancia, se realiza un análisis basado en una observación detallada del impreso para determinar las pautas ya establecidas del mismo.

Este análisis se lleva a cabo tomando como referencia dos o tres ediciones del impreso, para establecer los puntos en común que se deben tener en cuenta para establecer las normas de producción. De tal modo, se inicia analizando la portada, los colores que la conforman, el porqué el uso de esos colores, el tipo de información que se publica en la misma, y el manejo de la(s) imagen(es). En el interior del informativo se analizan como es la forma de distribución los artículos, comprendiendo, también, cuándo es necesario usar una página completa para plasmar la nota; su forma de escritura, basado en la alineación de los párrafos, cuándo se debe hacer manejo de recursos tipográficos como palabras en negrilla, bastardilla, se debe observar la forma de escritura de fechas, números (determinando cuándo se escriben en cifras o en letras). Las imágenes que acompañan a los artículos también son objeto de estudio, analizando la forma como contextualiza la nota.

La observación detallada de la forma estética y de redacción de las notas, es la pieza clave para realizar un buen análisis que describa con la mayor exactitud la forma del informativo.

- Se realiza una reunión con todos los miembros pertenecientes al comité editorial con el fin de comprender el porqué de la forma y línea del informativo, asuntos destacados basados en la observación realizada del primer punto.

Luego del análisis del impreso, se discute con las personas involucradas en la producción del mismo, tanto para lograr un entendimiento de la parte física como

de contenido, de esta forma el diseñador expone el significado de toda la parte de diseño, como el logo, diagramación y los cabezotes de las páginas.

Ya con un resultado, producto del análisis de contenido realizado, se procederá a socializar el mismo con el fin de acordar, entre todos los miembros del comité, los parámetros obtenidos, a razón de llegar a un acuerdo argumentando la forma de procedimiento en la producción del impreso.

El (la) jefe de la sala de prensa, quien es la persona que coordina el contenido, expone los criterios usados en la forma de escritura, y, dependiendo de la fecha de publicación, determinará el plazo de entrega de los artículos.

- Basándose en un manual de estilo ya existente de otro periódico, se puede establecer los puntos en común a tener en cuenta en el momento de constituir los parámetros de HECHO EN LA UIS.

Con el objetivo de realizar un trabajo de forma más completa, es necesario tomar como base un manual de estilo, ya construido, de algún medio informativo impreso.

De esta forma, se podrá comprender qué puntos, no sólo de diseño, comprende un manual de estilo, facilitando el poder establecer los parámetros de producción del informativo.

- Elaborar un sondeo de opinión dirigido a los estudiantes de la UIS, el cual será publicado en una edición del impreso.

Teniendo claro que este informativo es dirigido a la comunidad estudiantil, es importante conocer las apreciaciones de este público objetivo con el fin de establecer parámetros de producción del impreso, tanto en su diseño como en su

contenido informativo, los cuales se establecen de acuerdo al gusto de los alumnos, en este sondeo se darán instrucciones de hacer llegar los opines de la comunidad al grupo de prensa UIS, con el propósito de lograr, también, que el alumnado conozca las instalaciones del mismo.

- Realizar la redacción de los parámetros de estilo y procedimiento para la producción del informativo.

Luego de conocer los fundamentos principales que encierran la creación de estos parámetros, se procederá a organizar toda la información para recopilarla en este manual de parámetros de estilo y procedimiento para la realización del impreso.

- Institucionalizar, internamente en la sala de prensa, las pautas establecidas como resultado del consenso de estas reuniones, con el fin de tener todo claro para iniciar a redactar los parámetros del informativo.

Luego de creado este manual, se procede a ser presentado, principalmente, a los miembros del comité editorial del grupo de prensa de la UIS, y luego, a las personas que integran la dirección de comunicaciones de la institución, departamento al que se encuentra vinculada esta dependencia.

**Nota:** Debido a los problemas de orden público que se vivieron en la Universidad, el punto referente a la elaboración del sondeo de opinión dirigido a los estudiantes UIS, no se pudo realizar.

## 8. CRONOGRAMA

	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis del impreso	■	■	■	■																				
Reunión con el diseñador					■	■																		
Reunión con el coordinador del grupo de prensa							■	■																
Establecer puntos en común con un manual existente de otro periódico									■	■	■	■	■	■	■	■								
Realizar un sondeo de opinión dirigido a la comunidad estudiantil UIS																	■	■	■					
Establecer los parámetros para el informativo HECHO EN LA UIS																			■	■	■	■		
Institucionalizar, en la sala de prensa y en la Dirección de Comunicaciones los parámetros de estilo y procedimiento del informativo																							■	■

## 9. PRESUPUESTO

### 9.1 RECURSOS HUMANOS

Cantidad	Cargo
1	Coordinador del grupo de prensa
1	Periodista
1	Corrector de estilo
1	Diseñador gráfico
1	Periodista en pasantía (Encargado de llevar a cabo el proyecto)

Los honorarios de estas personas son definidos por La Fundación para el Desarrollo de la Universidad Industrial de Santander, FUNDEUIS, la cual es el ente empleador.

### 9.2 RECURSOS FINANCIEROS

	Valor mensual	Valor semestral
Honorarios Encargado del Proyecto (Pasante)	\$433.700	\$2'602.200
Transporte	\$50.000	\$300.000

**Total: \$2'902.200**

### 9.3 RECURSOS TÉCNICOS

	Cantidad	Valor mensual	Valor semestral
Papel	1 resma		\$12.000
Computador	1	Suministrado por el grupo de prensa	
Grabadora periodística	1	Suministrado por el grupo de prensa	
Cartucho de tinta a color, para la impresora	1		\$60.000
Cartucho de tinta negro, para la impresora	1		\$40.000
Empaste	1		\$18.000
CD	5		\$5.000

**Total: \$135.000**

### 9.4 PRESUPUESTO TOTAL

**RECURSOS FINANCIEROS + RECURSOS TÉCNICOS: \$3'037.200**

## **10. INFORME CENTRAL**

El Informativo “HECHO EN LA UIS” es una publicación institucional de edición quincenal, cuyo propósito es comunicar a toda la comunidad, en especial la estudiantil, todos los aspectos referentes a las gestiones, objetivos, noticias y acontecimientos de la Universidad Industrial de Santander.

Precisamente, por ser dirigido a la comunidad estudiantil, su estilo es dinámico, visualmente su estética genera impacto en el estudiantado, sin descuidar su forma única, es decir, manteniendo la misma pauta en su diseño para evitar confusión en el público objetivo.

Para lograr su objetivo informativo es necesario tener en cuenta varios puntos y aspectos en los que se incluyen tanto la forma de recolección de información como su forma de distribución al interior del Alma Máter.

La labor que se realizó, en el grupo de prensa de la Universidad Industrial de Santander, en cuanto al desarrollo de los parámetros de estilo y procedimiento del informativo HECHO EN LA UIS, satisface las necesidades laborales para todo el Comité Editorial, debido a la ayuda que presta este proyecto en cuanto a las instrucciones necesarias en el proceso de creación del impreso.

La Dirección de Comunicaciones de la UIS se encuentra en un proceso de evaluación de gestión y calidad, este trabajo contribuye a las políticas requeridas para la elaboración de uno de sus productos desde el grupo de prensa con el objetivo de obtener la certificación.

Este proyecto se basa en establecer esos parámetros, no los pretende crear de la nada, simplemente busca unificar criterios que logren hacer que el informativo

mantenga un orden específico de producción que permita realizar una labor, en ese proceso productivo, de una manera más fácil y eficiente.

Precisamente, para saber la forma correcta de realizar el manual de parámetros de estilo y procedimiento para la producción de HECHO EN LA UIS, se estructuró un plan de trabajo durante los seis meses, tiempo de la pasantía en esta dependencia, con el fin de conocer los fundamentos necesarios para llevar a cabo esta labor con todo el profesionalismo y responsabilidad que merece.

Antes de entrar en materia dando a conocer los parámetros a tener presentes para la publicación de HECHO EN LA UIS, es necesario recordar que esta publicación institucional es de distribución gratuita.

## PARÁMETROS DE ESTILO Y PROCEDIMIENTO PARA LA PUBLICACIÓN DEL INFORMATIVO “HECHO EN LA UIS”

### Forma física y diseño

Este medio comunicativo está diseñado, principalmente, para el estudiantado de la UIS, por tanto su forma mantiene un estilo dinámico de impacto juvenil.

El informativo consta de dos hojas (papel periódico) doble carta dobladas en forma de cuadernillo. Esto deja un espacio de 8 páginas (incluida portada y contraportada) para plasmar toda la información institucional. Cada página tiene márgenes de 1cm de espacio en los cuatro lados. Este impreso se realiza a blanco y negro, pero, debido al color institucional de la Universidad Industrial de Santander, también se usa el color verde, pero en menor proporción, este sólo se verá en el logo ubicado en la portada en la parte superior izquierda del informativo, en el contorno de las fotos en esta misma página y en la contraportada bien sea como fondo en la publicidad institucional o en el enunciado de una nota.

Tanto el mes como el número de la edición se publica en el logo en su parte superior, asimismo, en la parte inferior, la dependencia responsable del impreso (Dirección de Comunicaciones – Grupo de prensa). *Ver Fig. 1*

### Figura 1. Logotipo



Fuente: Julián Vanegas

Lo que se pretende con la forma de este logo, es simbolizar un sello propio de la Institución, semejando que toda la información contenida es propiedad de toda la comunidad académica de la UIS.

Las páginas internas del informativo están enumeradas, el número de la página se sitúa, en cifra, en la esquina superior externa de la página, e, internamente en el numeral, se escribe en letras el mismo número. *Ver Fig.2*

**Figura 2. Numeral de página**



Fuente: Julián Vanegas

Las páginas internas contienen en su cabezote una figura geométrica formada con líneas de diferentes tonalidades de grises, que pretenden brindar dinamismo, en el que indica el número de página del impreso, el objetivo de esto es generar un mayor impacto visual en el informativo. *Ver Fig.3.1 y Fig.3.2*

**Figura 3. Cabezote interno izquierdo**



Fuente: Julián Vanegas

#### Figura 4. Cabezote interno derecho



Fuente: Julián Vanegas

La fuente de letra que se usa en los artículos de HECHO EN LA UIS es “*Humanst 521 BT*”, con un tamaño de 11 puntos. Los encabezados manejan un margen de, mínimo, 24 puntos de tamaño, el cual se determina dependiendo del espacio en la página, el tamaño de los subtítulos es de 16 ó 18 puntos.

La distribución de los artículos en el impreso se determina en forma aleatoria, manejando de una a cuatro notas por página, sin sobrecargarla. La alineación de cada artículo se establece de la misma forma, aunque nunca justificado o centrado.

#### Parámetros para la realización del informativo

No sólo hay que tener presente la parte de diseño para el informativo, la forma de recolección de información, junto con todo lo que esta implica, hace parte de la identidad del impreso, para su realización se tienen en cuenta los siguientes ítems:

- En este impreso se comunica todo lo concerniente al ámbito institucional de la UIS, hechos de interés e importancia que deben ser transmitidos a toda la comunidad, a sabiendas que el público objetivo son los estudiantes, no

significa que los demás miembros de la Institución no puedan ni deban ser lectores del informativo.

- Como se dijo antes, HECHO EN LA UIS consta de ocho páginas. La portada, además de contener el logo del informativo, destaca los proyectos y/o propuestas formuladas por parte del rector y/o directivas universitarias hacia los estudiantes.
- Las seis páginas internas informan acerca de la agenda y eventos que fueron o serán noticia en el Alma Máter, así como noticias de movilidad estudiantil (programa de intercambio con otras universidades locales, nacionales e internacionales). La contraportada contiene, generalmente, publicidad de la Universidad o de la dependencia de comunicaciones, dada la situación que en las páginas internas el espacio sea insuficiente para publicar toda la información, se puede usar este espacio.
- Debido al hecho que este informativo forma parte de la comunicación interna de la Universidad, todas las noticias divulgadas en otros medios del grupo de prensa, como los boletines y página Web, forman parte de HECHO EN LA UIS, pero su forma de tratar los artículos será diferente.
- Cada artículo en este medio impreso se realiza en un máximo de tres párrafos, de 4 a 6 líneas cada uno, distribuidos de la siguiente manera: en el primer párrafo o *lead* responde a las 5W (¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿porqué?), en los otros dos, se ahonda más la información (en caso que sea necesario). No siempre la nota se desarrollará de esta forma debido a que, en ocasiones, basta solamente el *lead* para dar a conocer un suceso, esto depende de lo significativo del hecho.

- Por página se publican desde una hasta cuatro notas. El artículo correspondiente a la portada y eventos donde es necesario difundir su programación y/u horario, pueden ocupar una página completa.
- Toda información suministrada en este medio deberá originarse de la fuente o fuentes directas del suceso.
- Cada nota publicada debe estar comprobada, es decir, no hay que publicar un hecho basado en simples rumores, hay que ir directamente a la fuente de la noticia.
- Tener siempre la mentalidad que todo acontecimiento de la Universidad es de suma importancia, no hay excusas para tratar algo de banal.
- La noticia debe tener “Sello UIS”: al ser un informativo institucional toda la información publicada debe involucrar a esta Universidad.
- Tener presente que este impreso es un apoyo a las comunicaciones internas del Alma Máter, por eso las noticias se manejan en forma de boletín informativo.
- Proximidad temporal del hecho: Si se dispone a informar sobre un suceso que aún no ha pasado, este debe tener lugar en el periodo vigente del informativo, es decir, en los quince días en que se encuentre en circulación su edición más actual. Aunque, si es un hecho de gran trascendencia, se puede ir desplegando la noticia con mayor anticipación, mencionando el acontecimiento a suceder, sin la necesidad de profundizar la nota, ésta se publicará de forma completa en la edición del periodo donde realizará el evento.

- Si la noticia informa sobre un evento, movilidad estudiantil, programas de becas, seminarios, capacitaciones, debe publicarse todos los datos referentes donde el interesado pueda obtener mayor información como la dependencia responsable, número telefónico, correo electrónico, página Web.
- No sólo la información publicada se refiere a futuros acontecimientos, también se divulgará los hechos ya sucedidos de interés general.
- Está prohibido publicar una nota o artículo que atente contra la integridad de una persona, entidad o Institución.
- El informativo no se usa para publicitar negocios lucrativos de interés personal o individual.
- Sólo se publicitan eventos relacionados con jornadas y eventos de índole académico, cultural, deportivo de cualquier dependencia de la institución.
- El uso de palabras soeces, como groserías, insultos, expresiones vulgares, está totalmente prohibido.
- Por espacio, las notas no se publican con *opine* de alguna comunidad, pero en caso que sea necesario, este *opine* debe contener la foto del entrevistado junto con su cargo, en caso que la fuente sea un estudiante, programa académico y nivel.
- Siempre que se realice una entrevista, bien sea mediante grabación o escrita, para obtener mayor información sobre un suceso, se debe solicitar al entrevistado que diga su nombre y cargo, en caso que sea estudiante, programa académico y nivel.

- En caso que la nota necesite publicar una frase textual, y en la grabación no se entienda lo que dice la fuente, es necesario contactar al entrevistado con el motivo de solicitar una aclaración de esta expresión.
- No se adjudica créditos a una noticia publicada en el informativo, aunque esto no exonera la responsabilidad de la información suministrada. Los únicos créditos publicados se llevarán a cabo sólo para las imágenes suministradas por alguna persona o comunidad diferente a la División de Comunicaciones de la Universidad.

## **Fuentes**

Por lo general, las dependencias, comunidad y algunos miembros de la UIS hacen llegar al grupo de prensa material o información que se desea transmitir en los medios comunicativos del Alma Máter; sin embargo, es recomendable no quedarse únicamente con la información suministrada y entrevistar a la fuente directa de la noticia.

Hay que tener en cuenta que no toda la información es obtenida de esta forma, por lo que resulta necesario buscar más noticias en el campus.

Las fuentes que se pueden consultar son cualquier persona que haga parte de la Universidad y que tenga algo importante e interesante de comunicar. Teniendo en cuenta el gran número de miembros y departamentos que hay en la Institución, es necesario que los periodistas encargados de la recopilación de noticias, se distribuyan las dependencias universitarias, organizando, de esta forma, sus propias fuentes y facilitando el trabajo.

Entre las formas de buscar información se encuentran:

Entrevistas con:

- Directores y Secretarías de Escuelas.
- Profesores, tanto de planta como catedráticos.
- Estudiantes.
- Decanos.
- Personal administrativo.
- Personal de planta.

Igualmente,

- Se pueden consultar las carteleras de la Universidad.
- Indagar en los Centros de Estudios.
- Revisar la agenda universitaria (la cual, los miembros del grupo de prensa deben actualizar constantemente).
- Estar al tanto de invitaciones y eventos en los que esté presente la comunidad UIS.

Al momento de realizar entrevistas se debe:

- Tener conocimiento sobre el tema que se va a abordar, de esta forma en lugar de realizar una entrevista exclusivamente de preguntas y respuestas, se puede entablar un diálogo entre entrevistador y entrevistado aprovechando mejor la información suministrada.
- Cuadrar anticipadamente una cita con la fuente a entrevistar, debido a que no siempre estará disponible.
- Cuidar la presentación personal.
- Tener y demostrar la mejor actitud.
- Siempre agradecer a la fuente el momento dedicado para la entrevista.

### **Forma de escritura**

Partiendo de la situación que HECHO EN LA UIS se dirige, principalmente, a los estudiantes, cada artículo debe ser escrito con un lenguaje claro, informal y ameno, con el fin de generar aprecio en el lector, sin usar tanto tecnicismo.

El tratamiento que se presta para la redacción de los artículos también hace parte del estilo del informativo, para ello debe tenerse en cuenta los siguientes puntos:

#### **1. Forma de mencionar a las personas**

Al referirse a cualquier personaje que haga parte de una noticia, se debe escribir su nombre y apellido, especificar su cargo actual y tener en cuenta el título que se le otorga, el cual depende de su nivel académico y profesional. Por ejemplo, el título “Doctor” no puede adjudicársele a cualquier persona, así sea de un rango

jerárquico superior, sólo las personas que han realizado un Doctorado, sin importar la rama, son a los que se les confiere este título. En caso contrario, se nombrará el personaje con su profesión. (Médico, Periodista, Docente, Estudiante, Ingeniero, etc.).

Cuando el artículo involucra estudiantes, siempre hay que especificar sus respectivas carreras y el nivel académico que encuentren cursando.

## 2. Fechas

Al momento de escribir una fecha, su tratamiento se realiza de la siguiente forma: día, número y mes, ejemplo, **Martes, 24 de abril**; véase la coma después del día, esta forma es usada cuando la fecha hace parte del subtítulo del encabezado de la nota, en el artículo se realiza el mismo tratamiento pero sin esta coma. (La fecha nunca hará parte del título del artículo).

Cuando la fecha, bien sea en el subtítulo o en el artículo, indique un periodo, esta coma también se omite, su forma de escritura será la siguiente: Del + Día + número + al + Día + número + de + mes; ejemplo: **Del lunes 23 al viernes 27 de abril** o **Del lunes 28 de mayo al viernes 1 de junio**. Sólo la primera palabra de la frase se escribe con inicial mayúscula; los meses y días en minúscula.

## 3. Horas

Para señalar una hora, se escribe esta en cifras mas no en letras. Los minutos se separan de la hora con dos puntos sin dejar espacio (si es a una hora en punto los minutos corresponden a 00) y se debe especificar si es en la mañana, en la tarde o en la noche. Ejemplo: **4:00 de la tarde**. Al hablar de horas en cuestión de un periodo de tiempo, se usan las siglas am, para horas en la mañana; m, únicamente para las 12:00 del mediodía y pm, para horas en la tarde o en la noche. Ejemplo: **de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 pm a 6:00 pm**.

#### **4. Números**

Los números se escribirán en cifras cuando se trate de:

- Fechas (Día y año).
- Horas.
- Teléfonos.
- Resoluciones.
- Números de dos o más dígitos.
- Decimales (el decimal se debe escribir con punto mas no con coma; ejemplo: 3.5)

#### **5. Palabras en mayúscula e inicial mayúscula**

Las palabras que inician con mayúsculas también deben usarse de forma apropiada, éstas deben emplearse en:

- Nombres (propios, de instituciones, organizaciones, proyectos, eventos).
- Dependencias (cuando sean palabras compuestas, todas se escriben con inicial mayúscula excepto los conectores; ejemplo: Casa de Cultura)
- Ciudades.
- Iniciando párrafo y luego de un punto.
- Siglas, encabezados y números romanos se escriben completamente en mayúsculas.

## 6. Siglas

Las siglas, como se mencionó en el punto anterior, siempre se escriben en mayúsculas, aparte de esto, la primera vez en el artículo, que se mencione el asunto, entidad, grupo que manejen siglas, se debe escribir lo que ésta significa, junto con la misma separado por una coma.

Ejemplo:

...establecido por la Asociación de Egresados de la Universidad Industrial de Santander, ASEDUIS...

### Excepciones

- A pesar que la sigla “UIS” debe escribirse en mayúsculas, ésta queda exenta de tener que escribir el nombre completo de su significado por razones obvias.
- La sigla PBX (*Private Branch Exchange*) también se exceptúa de esta regla.

## 7. Palabras en bastardilla

Este recurso tipográfico se utiliza para resaltar alguna palabra o frase de un artículo, al igual para extranjerismos o expresiones coloquiales.

Ejemplos:

...así como una conferencia magistral *Aplicación del Hardware Embebido Usando Labview Real Time* a cargo de la Ingeniera Marcela Jiménez.

...manifestó de *bacano* y *chévere* la medida tomada por...

## **8. Palabras en negrilla**

Las palabras que se resaltan en negrilla son:

- Títulos.
- Subtítulos (incluido “Mayores informes”).
- Frases y palabras importantes, como el nombre de alguna entidad, institución o evento.

Nota: No siempre estos puntos se escribirán de con este recurso, depende de su trascendencia, la cual se decidirá en consenso por el comité editorial.

## **9. Comillas**

El uso de comillas sólo está estipulado para mencionar textualmente las palabras dichas por la fuente parte de la noticia o artículo.

## **Imágenes y fotografías**

Las imágenes y fotografías son muy importantes para la publicación de los artículos, no sólo ameniza el impacto visual del impreso, sino que complementa la información que se desea transmitir.

- Las imágenes que acompañan los artículos son impresas en escala de grises, se puede ayudar con editores para arreglar la fotografía retocándola, generando un mejor atractivo visual pero sin transformar el eje principal de la misma.

- Si la nota pretende destacar la labor de un personaje, es recomendable tomar la fotografía de esta persona contextualizando el motivo del cubrimiento; por ejemplo, si el eje central del artículo es destacar un libro escrito por algún miembro de la comunidad UIS, en lugar de fotografiar esta persona o su libro en primer plano, resultaría más efectivo si se retrata a esta persona leyendo su libro. Siempre es mejor buscar mayor atractivo no sólo en el texto sino en las imágenes.
- Cuando la nota se realiza sobre algún evento que involucre la presencia de público, se debe intentar buscar un ángulo donde se encuentre un mayor número de personas con el fin de resaltar lo positivo del suceso y que logró convocar varios asistentes.
- Los *pie de fotos* también son parte importante en este punto, sobre todo si se trata de situar un ambiente específico. La fuente usada para estos, es la misma del texto, es decir *Humanst 521 BT* y su tamaño es de 6 puntos.
- Cuando se toman fotos para los artículos, se deben tomar varias del objetivo y en distintos ángulos, de esta forma habrá más material para escoger.
- La persona encargada de su artículo debe ser el responsable de suministrar la imagen que acompañe el texto.
- Las fotografías deben ser autoría del grupo de prensa UIS, es decir, no se usan imágenes provenientes de otros medios, en caso que una persona ajena a esta dependencia sea quien suministre la ilustración, se debe adjudicarle el crédito con un pie de foto en la misma.

## Funciones del comité editorial

Para la realización exitosa del informativo, el comité editorial del grupo de prensa UIS debe distribuirse las funciones con el fin de llevar un orden que facilite el objetivo de desarrollo del impreso.

Para tal fin, la organización del comité se distribuye de la siguiente manera:

- **Periodistas:** Su función es la recolección de información en el Alma Máter; redacción de artículos y búsqueda de las imágenes que acompañen la nota.
- **Corrector de estilo:** Se encarga de recibir cada nota redactada por los periodistas, leerla y corregir errores de redacción que en esta se puedan presentar.
- **Coordinador:** Es la persona que dirige, organiza y supervisa las labores en el grupo de prensa. Los artículos, luego de ser repasados por el corrector de estilo, son nuevamente revisados por el coordinador de prensa, quien también decide la imagen que acompañará cada nota (los periodistas deben presentar varias imágenes del objetivo o suceso).
- **Diseñador:** Luego que el coordinador revise las notas y seleccione las imágenes para la misma, envía todo el material al diseñador quien se encargará de armar el impreso. Cuando el informativo se encuentre listo, nuevamente el coordinador revisa su forma hasta aprobarlo y enviarlo al departamento de publicaciones.

## CRONOGRAMA DE REALIZACIÓN

En el siguiente cuadro se especifica el cronograma para la realización del impreso:

	<b>Domingo</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>
<b>Primera Semana</b>	Recolección de información e imágenes, redacción de artículos y entrega de los mismos al corrector de estilo para su revisión.						
<b>Segunda Semana</b>		Revisión por parte del corrector de estilo	Revisión por parte del Coordinador y selección de imágenes	Diseño del informativo	Diseño del informativo y revisión por parte del Coordinador	Entrega a publicaciones e impresión de las 4000 copias	

Esta estructura no significa que los periodistas no laboren la segunda semana en el desarrollo de HECHO EN LA UIS, en estos días se inicia la labor para la próxima edición, aparte de las demás funciones del periodista en la sala de prensa.

### Cierre de Edición y distribución

No hay fechas fijas establecidas para la distribución del informativo, éstas se determinan dependiendo del día de publicación de la anterior edición, cada dos semanas el impreso debe repartirse a la comunidad.

Por edición se sacan 4.000 (Cuatro mil) copias del impreso las cuales se deben distribuir en las siguientes dependencias del Alma Máter:

- Comedores
- Centros de estudio
- Bienestar universitario
- Psicoorientación
- Capellanía
- División cultural
- CENTIC
- INSED
- Biblioteca
- Biblioteca de la Facultad de Salud
- Portería de la Facultad de Salud
- Instituto de lenguas
- Rectoría
- Sede UIS Bucarica
- Sede UIS Guatiguará
- Dirección de Certificación y Gestión Documental.

## RECOMENDACIONES

Este proyecto realiza un aporte organizativo y funcional al grupo de prensa de la Universidad Industrial de Santander de manera que, tomando como base este trabajo, se puede realizar e implementar, a futuro, parámetros de estilo y procedimiento para otros productos realizados en esta dependencia adscrita a la División de Comunicaciones de la Institución.

Es necesario e importante, en el grupo de prensa UIS, tener un archivo, tanto fotográfico como de artículos, de los diferentes sucesos y/o eventos que se presenten en la Institución, junto a ediciones del impreso, a fin que, a futuro, alguna dependencia de la Universidad, o el mismo Departamento de Comunicaciones requiera consular alguna información ya publicada por cualquier razón.

Estos parámetros deben someterse a una evaluación anual, con el objetivo de actualizar estos puntos, a fin de evitar una posible monotonía, tanto visual como en el manejo informativo, en el público objetivo.

Este manual constituye una herramienta que apoya las gestiones en el marco del control de las políticas de calidad, obedeciendo el hecho de generar una identidad corporativa y unidad de sentido en los productos comunicativos que desde allí se procesan. Precisamente para mantener estos estándares de calidad se debe garantizar su cumplimiento.

## CONCLUSIONES

La implementación de un manual donde se mencionen los parámetros a seguir para la realización y producción del informativo “HECHO EN LA UIS” se establece como una herramienta práctica para todos los miembros del grupo de prensa UIS que actualmente laboran en esta dependencia y como guía de consulta para futuros colaboradores de la misma.

Los conocimientos adquiridos durante el tiempo en la academia sumado a la experiencia vivida en el campo laboral y el asesoramiento de personas de mayor sapiencia en el área periodística, justifican los fundamentos en que se basa la idea de este proyecto junto con su producto final.

Estos parámetros no sólo facilitarán el trabajo de los realizadores del informativo “HECHO EN LA UIS”, también logrará generar en este una esencia única, permitiendo un reconocimiento en el público objetivo al cual se dirige, que son los estudiantes UIS.

El punto en la metodología, referente a la elaboración del sondeo de opinión dirigido a los estudiantes UIS, no se pudo realizar a causa de los problemas de orden público que se vivieron en la Universidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **BIBLIOGRAFÍA LITERARIA**

Diccionario de la Real Academia Española.

ENGLISH Earl, HACH Clarence: Periodismo Académico. México, Editorial EDAMEX, 1988.

POZO LITE María Del: Cultura empresarial y comunicación interna. Madrid, Editorial FRAGUA, 1997.

Manual de Estilo Diario el País de España.

### **MEDIOS VIRTUALES**

<http://www.anfrix.com/?p=874> Tomado el 3 de octubre a las 9:06am

<http://www.losrecursoshumanos.com/comunicacionesinternas1.htm> Tomado el 2 de octubre a las 9:25pm

[http://www.periodistaonline.com.ar/uvirtual/uvir10\\_112004.htm](http://www.periodistaonline.com.ar/uvirtual/uvir10_112004.htm) Tomado el 13 de junio de 2007 a las 5:05pm

<http://www.saladeprensa.org/art379.htm> Tomado el 2 de octubre de 2007 a las 11:09am

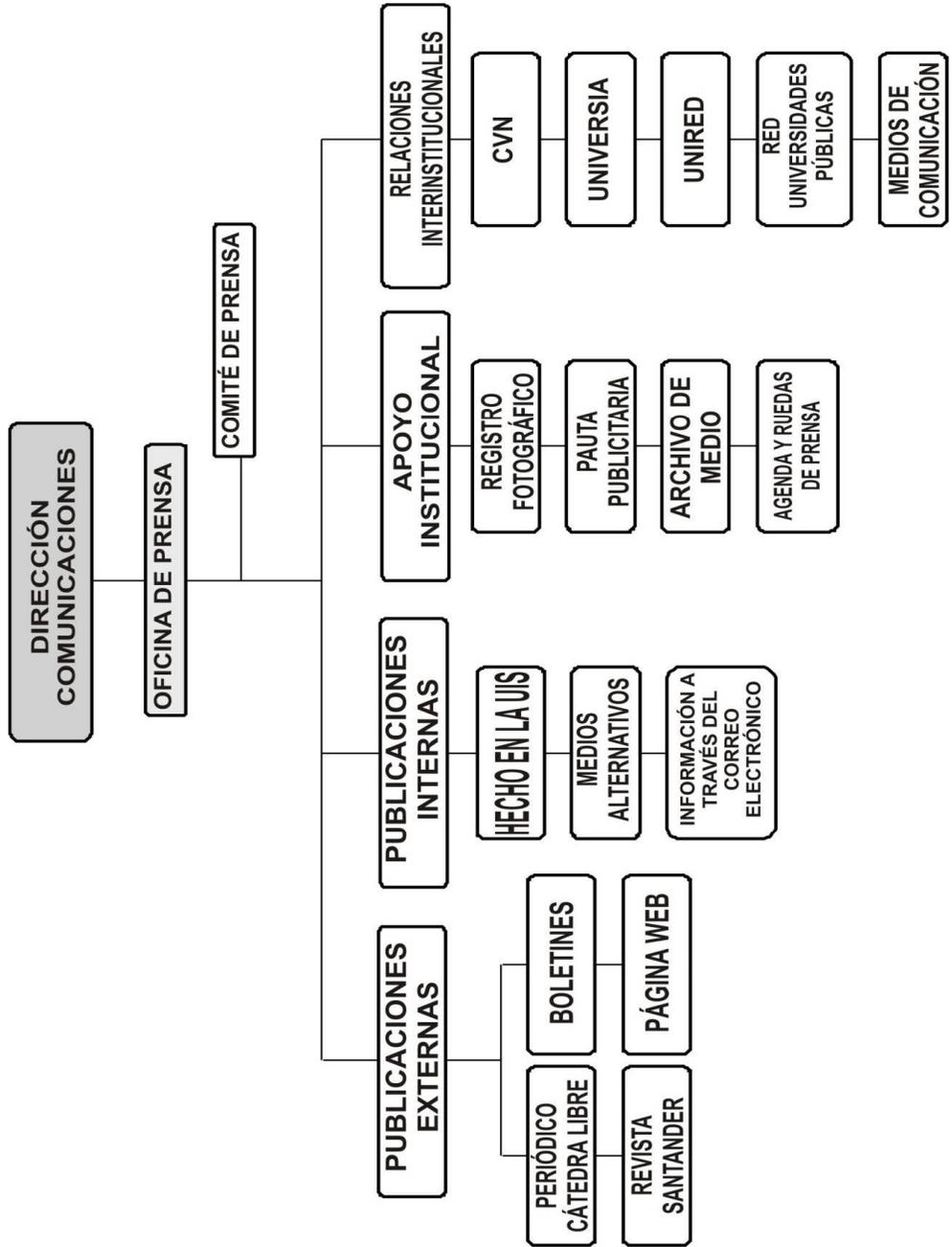
[www.comunica.org/chasqui/yriart.htm](http://www.comunica.org/chasqui/yriart.htm) Tomado el 13 de junio de 2007 a las 6:30 pm

ANEXO A. LOGO HECHO EN LA UIS

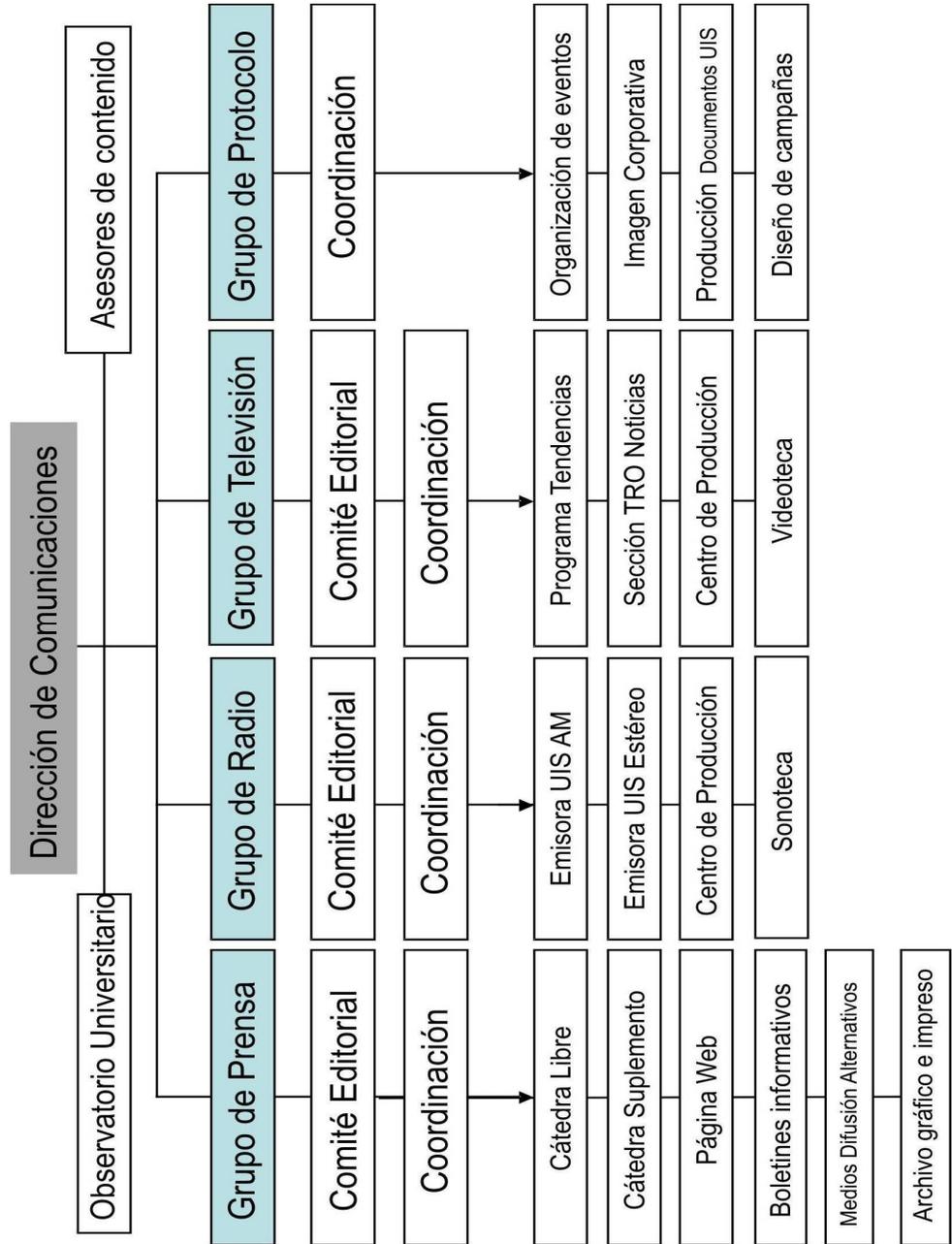




**ANEXO C. ORGANIGRAMAS DE LOS PRODUCTOS DESDE EL GRUPO DE PRENSA**



## ANEXO D. ORGANIGRAMA COMITÉ DE MEDIOS



# ANEXO E. PORTADAS EDICIONES HECHO EN LA UIS



Edición 1, Febrero de 2007



Edición 2, Marzo de 2007



Edición 3, Marzo de 2007



Edición 4, Abril de 2007



Edición 4, Abril de 2007

## ANEXO F. PORTADA EDICIÓN No 5 HECHO EN LA UIS (ABRIL DE 2007)



### NUEVOS ESPACIOS EN BIENESTAR UNIVERSITARIO

ayudas que Bienestar Universitario nos ofrece como las asesorías, las tutorías; ahora hay espacios para desarrollar estas actividades, anteriormente las zonas eran insuficientes y permanecían atestadas de estudiantes."

#### Juan Carlos Gaitán

Estudiante de Física. II nivel

"Es un proyecto muy necesario para nosotros debido a que se presta una mejor atención en las áreas de salud, prevención, odontología y psicopedagogía, entre otros servicios que ofrece Bienestar Universitario."

#### Johana Manrique

Ingeniería Civil. V nivel

"Me parece muy chévere porque los estudiantes esperamos recibir un buen servicio de salud aquí en la Universidad, y esta adecuación, aparte de hacernos sentir cómodos, genera mejores métodos de atención."

El sábado 14 de abril se pusieron en funcionamiento los nuevos espacios y servicios ofrecidos por la División de Bienestar Universitario a la comunidad estudiantil UIS.

Este proyecto de mejoramiento de los servicios de Bienestar Universitario incluye la construcción de cinco nuevas áreas destinadas a psiquiatría, ginecología, trabajo social, prácticas de enfermería y programas preventivos en salud física. Así mismo las salas multimedia y audiovisuales, y una sala de cómputo al servicio de todos los programas educativos preventivos.

El proyecto fue aprobado y tramitado por el Consejo Superior el año anterior y su ejecución se inició el pasado mes de diciembre, con un monto aproximado de 700 millones de pesos.

#### Opinión de los estudiantes

#### Miguel Ángel Gómez García

Estudiante Ingeniería Eléctrica. VII Nivel. Beneficiario de Residencias

Estudiantiles  
"Esta es una oportunidad de estar más cómodos y de desempeñarnos mejor como estudiantes, porque ahora vamos a gastar menos tiempo en la preparación de alimentos; antes nos gastábamos prácticamente toda la mañana cocinando, y este es un tiempo que nos vamos a ahorrar gracias a la comodidad de tener estufas a gas y lavaplatos."

#### Deyerson Balseiro

Representante de Bienestar Universitario.

Beneficiario de Residencias Estudiantiles.

"Las mejoras en el área de la cocina de Residencias representan un gran avance, es un espacio que los estudiantes necesitábamos para hacer nuestros alimentos de forma más rápida, cómoda e higiénica."

#### Jefferson Cáceres

Ingeniería de Sistemas. VII nivel

"Con estos nuevos espacios se pueden aprovechar de una mejor forma las nestar Universitario nos ofrece



## ANEXO G. EJEMPLO PÁGINA INTERNA DE HECHO EN LA UIS (Edición 3, página 5 – MARZO DE 2007)

página

cinco  
5

### Foro UNIVERSIDAD - EMPRESA - ESTADO



El foro Universidad Empresa Estado fue calificado por los asistentes como un evento de acercamiento y reencuentro entre estos tres importantes sectores sociales, que facilita la generación de formas de confianza mutua, de comprensión y de integración, en pro del desarrollo de la región y el país.

Los conferencistas participantes en el Foro, a saber el director de Colciencias, Juan Francisco Miranda Miranda; el coordinador del programa de Gestión Tecnológica de la Universidad de Antioquia, Jorge Jaramillo; el Gerente de Informática de Orbitel, Jhon Jairo Gómez Mejía y el Gerente de Promisión S.A, Carlos Chaverra Patiño, compartieron con los asistentes el trabajo que viene desarrollando cada una de sus instituciones en la relación UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO.



### SOBRE LITERATURA COLOMBIANA

Con la presencia de dos destacadas figuras de la literatura colombiana, los escritores Juan Gustavo Cobo Borda y Augusto Pinilla, se cumplió de manera exitosa la cita de nuestra comunidad universitaria con la literatura colombiana., el jueves 1 de marzo, en el marco de la celebración de los 59 años de existencia de nuestra Alma Máter.

El Ágora de la Facultad de Ciencias Humanas fue el escenario que acogió, en horas de la mañana a Cobo Borda, quien ofreció la conferencia *El significado de "Cien años de Soledad"*, cuatro décadas después de su publicación, con la asistencia de un público entusiasta y atento que desbordó con creces las capacidad de este auditorio. En horas de la tarde este mismo escenario académico fue testigo del conversatorio de Augusto Pinilla, titulado *¿Para dónde va la literatura?* De esta manera y con éxito rotundo, nuestra comunidad avanza en la conmemoración de estas efemérides, consolidando su presencia en los diferentes ámbitos de la ciencia y la cultura.

### HOMENAJE a los Mejores Estudiantes

En acto solemne la Universidad y la Gobernación de Santander rindieron un homenaje especial a los estudiantes que obtuvieron un desempeño muy destacado en las últimas pruebas ECAES. El evento se desarrolló en el auditorio Luis A. Calvo, al cual acudieron familiares y amigos de los homenajeados.



## **ANEXO H. ENTREVISTAS CON LA COORDINADORA DEL GRUPO DE PRENSA UIS Y EL DISEÑADOR**

### COORDINADORA DEL GRUPO DE PRENSA

“HECHO EN LA UIS es una publicación quincenal, la cual tiene como público objetivo la comunidad estudiantil. El propósito fundamental del informativo es comunicar al estudiantado de la Universidad el acontecer de la vida universitaria.

Los contenidos que se manejan en el informativo son: registro fotográfico de los hechos que fueron noticia; movilidad estudiantil; creatividad UIS; agenda académica, cultural y de bienestar de las dos semanas siguientes; decisiones administrativas relacionadas con la academia; destacar la participación de los estudiantes en eventos externos y la promoción de eventos externos de interés para los estudiantes”.

### DISEÑADOR

“La idea en el diseño de HECHO EN LA UIS es generar dinamismo que vayan acorde al público objetivo, el logo del informativo nace del concepto en el que se pretende simbolizar un sello que demuestre que lo que se encuentra plasmado en el impreso es llevado a cabo en la Institución.

Lo fundamental en el diseño de HECHO EN LA UIS es generar un impacto visual, que cree un dinamismo en su estructura, por eso se juega con líneas formando figuras en diferentes tonalidades de grises.

Ningún artículo está justificado, la intención de alinear cada nota, bien sea a la derecha o a la izquierda, es romper un poco con la forma tradicional de ver y leer una noticia de cualquier medio diferente”.