

Fortalecimiento y acompañamiento en los procesos comunicativos y periodísticos de la  
Subdirección científica del Jardín Botánico de Bogotá

Martha Juliana Herrera Maldonado

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social y Periodismo

Bucaramanga

2018

Fortalecimiento y acompañamiento en los procesos comunicativos y periodísticos de la  
Subdirección científica del Jardín Botánico de Bogotá

Martha Juliana Herrera Maldonado

ID: 219197

Trabajo de grado en modalidad pasantía profesional para optar por el título de  
Comunicadora Social – Periodista

Supervisora

Zully Andrea Velazco Carrillo

Magíster en Comunicación Digital

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social y Periodismo

Bucaramanga

2018

Nota De Aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

Diego Fernando Rodríguez  
Supervisor de Pasantía  
Jardín Botánico de Bogotá

---

Zully Andrea Velazco Carrillo  
Supervisora de Pasantía

Enero 18/ 2018

## **Agradecimientos**

Finalizando una nueva etapa en mi camino como profesional, agradezco primeramente al gran espíritu, por ser mi guía en cada una de las decisiones que he tomado en la vida, por ser mi fortaleza en momentos de decadencia y por orientar cada una de las metas propuestas en mi desarrollo profesional.

Gracias a mis padres por su apoyo incondicional en cada una de mis decisiones, gracias a ellos me he formado como una persona, honesta, responsable, fuerte y soñadora, agradezco todo su amor, dedicación y comprensión en cada paso que doy en mi camino. Gracias a mis hermanos quienes son un motor grande en cada uno de mis sueños cumplidos.

Agradezco a las personas que hicieron parte de este proceso, especialmente el Jardín Botánico de Bogotá, que como entidad pública abrió las puertas para que finalizara mi proceso como Comunicadora Social en la oficina de Comunicaciones.

Gracias al coordinador de Comunicaciones Yamid Saldaña y a Diego Fernando Rodríguez, supervisor de la práctica profesional, quienes confiaron en mi conocimiento, me apoyaron, guiaron en cada una de mis tareas y fue posible culminar con éxito cada una de las actividades realizadas en este proyecto de grado.

## Contenido

	Pág.
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	14
3. OBJETIVOS.....	16
3.1 Objetivo General.....	16
3.2 Objetivos Específicos.....	16
4. REFERENTE CONCEPTUAL.....	17
4.1. Internet.....	17
4.2. Web 2.0. ....	18
4.2.1 Características de la Web 2.0. ....	18
4.2.2 Modo de visualización.....	19
4.2.3 Editores.....	19
4.2.4 Arquitectura.....	20
4.2.5 Protagonistas.....	20
4.2.6 Estado.....	21
4.2.7. Mínima unidad de contenido.....	21
4.3.8 Modo.....	21
4.3 Comunicación externa.....	22
4.3.1 Tipología de la comunicación.....	23

	6
4.3.2. Instrumentos de la comunicación externa.....	24
4.4 Periodismo digital.....	24
4.4.1 Características del periodismo digital.....	25
4.4.2 Hipertextualidad.....	25
4.4.3 Multimedialidad.....	26
4.4.4 Interactividad .....	26
4.4.5 Frecuencia de actualización.....	27
4.4.6 Contenido .....	27
4.5 Periodismo científico.....	28
4.5.1 Fases y herramientas .....	29
4.5.2 Análisis de la cuestión.....	30
4.5.3 Identificación de las fuentes de información.....	30
4.5.3.1 La fuente personal.....	30
4.5.3.2 Las fuentes institucionales.....	31
4.5.3.3 Las fuentes documentales.....	31
4.5.4 Elección de los métodos, planificación y ejecución de las búsquedas.....	31
4.5.5 Evaluación y selección de los resultados.....	31
4.5.6 Redacción del mensaje comunicativo resultante.....	32
5. Actividades desarrolladas.....	33
5.1. Actividades desarrolladas Objetivo 1.....	33
5.2 Actividades desarrolladas Objetivo 2.....	36
5.3 Actividades desarrolladas Objetivo 3.....	39
5.4 Actividades desarrolladas Objetivo 4.....	41

	7
5.5 Actividades desarrolladas Objetivo 5.....	42
5.5 Actividades desarrolladas Objetivo 6.....	42
6. Conclusiones.....	44
7. Recomendaciones.....	47
8. Anexos.....	48
Bibliografía.....	67

**Lista de anexos**

A: contenido del especial multimedia y link.....	49
B: salida entrevista plaza de mercado, cabildo indígena, huerta y Sumapaz.....	49
C: información de los textos del especial.....	50
D: pantallazo artículos.....	50
E: trabajamos para embellecer y conservar las plantas acuáticas en Bogotá.....	51
F: estamos compartiendo nuevas experiencias de la conferencia mundial sobre.....	52
G: humedal Jaboque reencuentra su cauce de la mano del jardín.....	52
H: llega el primer encuentro con la biodiversidad y la comunidad en el jardín.....	53
I: tras intervenciones del Jardín, renace la biodiversidad en cantarrana.....	53
J: vuelven las tertulias académicas del Jardín.....	54
K: El Jardín siembra vida en el humedal Jaboque.....	54
L: cursos en cultivo in vitro y conservación, aporte científico en la XVI exposición de orquídeas.....	55
M: texto institucional Tropicario.....	55
N: texto institucional Herbario.....	56
Ñ: en la semana de la restauración, los cerros y las reservas se llenaron de vida.....	56
O: Colciencias reconoce al jardín botánico por innovar con la plataforma web de nombres comunes.....	57
P: 300 árboles le dan vida al parque ecológico cantarrana.....	57
Q: con abono orgánico revive el humedal Tibanicá.....	58
R: el Jardín da vida a especies nativas que fortalecen la flora de Bogotá.....	58

	9
S: Jardín Botánico trabaja por recuperar el roble colombiano.....	59
T: biodiversidad tema principal en socialización de investigaciones.....	59
U: pantallazo propuesta y link.....	60
V: pantallazo base de datos.....	61
W: producción videos rendición de cuentas.....	63
X: actualización base de datos de periodistas.....	64
Y: entrevistas y fotografías tomadas en la salida de campo.....	65

**RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** Fortalecimiento y acompañamiento en los procesos comunicativos / periodísticos de la subdirección científica del Jardín Botánico de Bogotá

**AUTOR(ES):** Martha Juliana Herrera Maldonado

**PROGRAMA:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** Zully Andrea Velazco Carrillo

**RESUMEN**

La comunidad está en constante comunicación con el mundo a través de la trasmisión y recepción de un mensaje generando una interacción y retroalimentación. El entorno digital, ha realizado na apertura a la diversidad de generación de conocimiento para diferentes públicos, es por esto que el Jardín Botánico de Bogotá cuenta con una oficina de comunicaciones que promueve la divulgación de la investigación científica, los avances de ciencia aplicada entorno a la flora de la ciudad y de páramo realizadas en la entidad, posicionando en las plataformas web y en medio de comunicación masivo. Con el fin de aportar durante cinco meses al fortalecimiento comunicativo de la subdirección científica del Jardín Botánico de Bogotá desde la oficina de comunicaciones, este trabajo de grado reúne la elaboración de objetivos que divulgan la investigación científica, eventos académicos y el compromiso ambiental, a través de una propuesta audiovisual, redacción de textos noticioso y artículos especializados, elaboración de un especial multimedia , productos que alimentan la plataforma virtual de la entidad y las redes sociales.

**PALABRAS CLAVE:**

plataforma web, periodismo digital, comunicación, ciencia, Jardín Botánico de Bogotá.

**V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** Strengthening and accompaniment in the communicative / journalism processes of the scientific subdirection en el Jardín Botánico de Bogotá

**AUTHOR(S):** Martha Juliana Herrera Maldonado

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** Zully Andrea Velazco Carrillo

**ABSTRACT**

People are in a constant communication with the world through transmission and reception messages creating interaction and feedbacks. The digital environment opened and new option to show Knowledge diversity to different public, due to, Institutions like the Botanical Garden of Bogotá has a Communication office which furthers the knowledge, showing Scientific Researches, advances of Applied science about the flora of the city and the Páramo which have been done by the institution, locating them in their web site and massive media. In order to contribute in the communication office during these five months, this project presents the creation of proposals which build up the communicative process of the Scientist sub-direction of the Jardín Botánico, the results of that, are positives, due to the use of different mechanisms like scientific research, academic events, with the environmental commitment of the entity feeding the web platforms of the entity and positioning itself in mass media.

**KEYWORDS:**

web platform, digital journalism, communication, science, Jardín Botánico de Bogotá

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## 1. Introducción

Actualmente el mundo está en una era de transformación y avances en esta sociedad globalizada, es por esto que con la apertura de la era digital “todos los saltos tecnológicos han producido una aceleración en la historia de la comunicación” (Campo, 2005, p.19) los nuevos formatos digitales han abierto una puerta al flujo de información que acerca a la sociedad al mundo virtual.

Con la aparición de la internet ha evolucionado la forma de comunicación entre las personas, es por esto que los medios de comunicación han optado por entrar a la era digital a través de plataformas dinámicas con videos, audios, imágenes, infografías y anuncios que rompen con los esquemas del periodismo tradicional.

Según Roger Fidler (1998), los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptación. A partir de esto no sólo los periódicos se han trasladado a la web, también medios televisivos y radiales adaptándose a los nuevos públicos objetivos en la era digital.

La inmediatez del periodismo digital permite que las personas se encuentren informadas en tiempo real de lo que está sucediendo a través de la Internet que se ha convertido en el medio para la difusión masiva de información. Según Salaverría (2008) la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos" es así como el periodismo digital se podría llamar como un nuevo género periodístico informa y comunica a través de nuevas tecnologías, en la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Los medios de comunicación, no sólo se han abierto a estas plataformas, las entidades, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, se hacen visibles a través de la web donde difunden la información oficial para que la sociedad conozca los procesos que se realizan dentro de las organizaciones, participen en los eventos y se apropien de los beneficios que pueden recibir al conocer de ellas. Además, con la apertura de las redes sociales como Facebook, twitter e Instagram, donde las personas están conectadas a través de dispositivos móviles de forma dinámica y fácil, las personas se trasladan al consumo de información a través de estas herramientas.

Teniendo en cuenta que el Jardín Botánico de Bogotá en la búsqueda de desarrollar estrategias de divulgación que generen recordación y establezca un vínculo con la ciudadanía a través de la generación, aplicación, apropiación del conocimiento difundida en redes sociales, pagina web, mailing y medios de comunicación se pretende posicionar la entidad en las agendas de los medios masivos de comunicación, de los grupos de interés y de la ciudadanía, como un escenario de intercambio, un centro de investigación científica que promueve avance de la ciencia aplicada en torno a la flora altoandina y de páramo.

Informarse y reflexionar de manera minuciosa cuando se divulga la ciencia, pensar en el público al cual llega este mensaje es un reto para el periodista en entidades como el Jardín Botánico de Bogotá en la elaboración de insumos, especiales multimedia, y notas web que deben ser redactados de manera explícita con el fin de que la sociedad comprenda los procesos en temas de flora altoandina de Cundinamarca.

A continuación, teniendo un panorama acerca de la era virtual en la que se encuentra actualmente la sociedad y la misionalidad del Jardín Botánico de Bogotá, se aportó al plan de comunicaciones una propuesta que tiene el objetivo de fortalecer a la entidad a través de las herramientas digitales

y medios de comunicación masivos que informen los diferentes temas de interés científicos que son relevantes para la sociedad.

## **2. Identificación de la organización**

La travesía más importante del siglo XVIII comenzó en 1789 la llamada Real Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada que duró aproximadamente 33 años. Enrique Pérez Arbeláez el padre de la ecología en Colombia reconstruyó la historia de la botánica en Colombia, fundado en 1955 el Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis.

El Jardín Botánico de Bogotá ha tenido diferentes cambios a través de su historia, sin embargo ha preservado su misión como un centro de investigación distrital con énfasis en ecosistemas alto andinos y de páramo, responsable de la gestión integral de coberturas verdes en la Ciudad, del desarrollo de programas de educación ambiental y de la conservación y mantenimiento de colecciones vivas de flora para su apropiación y disfrute por parte de los ciudadanos, aportando a la sostenibilidad ambiental.

Como visión, hacia el 2026, el Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis será reconocido como un ícono de la ciudad y referente internacional por contar con la colección de flora más representativa del país y por contribuir a la apropiación de la biodiversidad alto andina y de páramos mediante investigaciones aplicadas, gestión integral de coberturas verdes y educación ambiental orientada a armonizar la relación entre los ciudadanos, la cultura y la naturaleza.

Para cumplir la misión y visión institucional el Jardín se compone de tres Subdirecciones: Científica que motiva la investigación para la conservación, sostenibilidad y el estudio de la flora en la región capital , Técnica y operativa trabaja en el desarrollo paisajístico de las cobertura

vegetales del distrito capital, mejorando el ambiente urbano y la calidad de vida de la ciudad, Educativa y Cultural desarrolla su labor orientada a un cambio cultural que permiten construir una ciudad sostenible y equitativa. Las anteriores subdirecciones cumplen con la función de generar, aplicar y apropiar el conocimiento. Además, el Jardín tiene un área administrativa que cumple con la función de planear, dirigir, controlar y orientar el proceso jurídico de la entidad.

La oficina de comunicaciones nace desde el 2012 con una necesidad de comenzar a compartir a través de la plataforma web del Jardín, las redes sociales además de seguir realizando editorial con el fin de publicar los libros sobre las investigaciones que se realizan en el Jardín.

El Jardín Botánico de Bogotá al ser una entidad distrital desde la creación del departamento de comunicaciones, se renueva el Plan de Comunicaciones en cada administración. Actualmente el Jardín Botánico de Bogotá del 2016 al 2020 se constituye como una carta de navegación para la armonización de los procesos estructurales de acción interna y para el posicionamiento del nombre y propósito del Jardín ante la opinión pública y los ciudadanos del Distrito Capital.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Fortalecer los procesos comunicativos de la subdirección científica del Jardín Botánico de Bogotá.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- 1.** Elaborar un especial multimedia sobre plantas medicinales que sirva como herramienta de aprendizaje para jóvenes y adultos.
- 2.** Diseñar artículos especializados sobre investigaciones adelantadas por la entidad, para que sean difundidos en diferentes medios de comunicación nacional.
- 3.** Realizar notas para la página web donde se divulgue la participación en eventos académicos y se informe la misionalidad del Jardín.
- 4.** Diseñar y ejecutar una propuesta digital donde se dé respuesta a generalidades que tienen que ver con el quehacer misional del Jardín mediante videos cortos que serán publicados en las redes sociales de la entidad.

5. Monitorear todas las publicaciones donde se menciona la participación del Jardín Botánico.

6. Apoyar todas las actividades que surjan en el quehacer de esta pasantía.

#### **4. Marco referencial**

##### **4.1 Internet**

Internet es una red internacional de redes, “es uno de los inventos más notables que han logrado nunca los seres humanos. En términos que su impacto a la sociedad ostenta el mismo rango que la imprenta, el ferrocarril, el telégrafo, el automóvil, la energía eléctrica y la televisión” (Crystal, 2002, p.12).

Así como los avances tecnológicos evolucionan, lo que se conoce hoy como Internet, comenzó siendo la ARPANET una red pionera de conmutación de paquetes, hacia 1990 aparece Milnet, que ya viene siendo una red de carácter militar creada por Estados Unidos, la fundación nacional para la ciencia crea NSFNET, y con el tiempo termina siendo ARPANET con propósitos económicos y académicos. Con la apertura y extensión el flujo de información se extiende y se une NSFNET fundándose lo que conocemos como Internet. En 1990 la internet es de naturaleza pública, orientada al mundo académico y científico ya contaba con alrededor de 100.000 servidores.

La llegada de World Wide Web (WWW) en 1991 una red de “sitios” diseñada por Times Berners-Lee y un grupo de científicos del CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire) en Ginebra, esta red tenía como objetivo orientar sus publicaciones a través de un navegador gratuito y abrir el internet a un público más amplio con el fin no sólo académico si no de interacción social mediante la publicación de actividades comerciales y páginas personales.

También con la apertura del Internet en el desarrollo de la historia adquirir un ordenador con precios económicos y que sea potente se hizo mucho más fácil. En América latina, según el informe de Estado de la Banda ancha de América Latina y el Caribe del 2016 difundido por la CEPAL (Cepal, 2016) revela que el 54,4% de los habitantes de América Latina y el Caribe usó Internet en 2015, 20 puntos porcentuales más que en 2010, lo que da cuenta de los importantes avances en el acceso y la asequibilidad al servicio registrados en la región en el último quinquenio.

## **4.2 Web 2.0**

Con los avances en la internet la web ha tenido una transición, se comenzó con la web1.0 en los años 60's de una forma básica y rápida de sólo lectura a partir de navegadores textuales, que no permiten al usuario interactuar con la página, con el tiempo surgió el HTML (Hyper Text Markup Language) que convirtió a la web en una herramienta vistosa donde nacieron los primeros navegadores visuales como IE, Netscape, etc.

En el 2001 tras el impacto del .com, el internet hace un giro y llega en el 2003 la web 2.0 rompiendo los esquemas anteriores tradicionales que a pesar de su avance investigativo no lograba crear una red fuerte interactiva que permitiría a través de multimedia. Pasando de la lectura a la escritura compartida, páginas a mensajes, artículos y post, de un estado estático a algo más dinámico y rico visualmente pasando de ser una conexión entre cliente y servidor a una relación con un servicio web.

### **4.2.1 Características de la web 2.0**

El término Web 2.0 fue dado por Time O'Reilly en el 2004 a la segunda generación de la web basada en la interacción de usuarios, llamada como web social. Sin embargo, o'Reilly no define la web 2.0 así que el envió un mensaje al blog de su empresa afirmando

“las aplicaciones web 2.0 son aquellas que sacan partido a las ventajas intrínsecas de la web, ofreciendo un servicio continuamente actualizado que mejora cuanto más gente lo use, utilizando y remezclado los datos de múltiples recursos, incluyendo los usuarios individuales, a la vez que ofrecen sus propios datos y servicios de tal forma que pueden ser reutilizados por otros, creando una “arquitectura de participación” en red, yendo más allá de la página de la web 1.0 para ofrecer experiencias de usuario cada vez más ricas.” (Margaix, 2007, P. 98)

Este nuevo concepto de Web 2.0 se aplica en diferentes ámbitos como el periodismo, la educación y las bibliotecas por su rigurosidad y su estado novedoso, riguroso de la información. “La Web 2.0 es participativa por naturaleza. En ella, los usuarios no suelen adoptar una actitud pasiva, sino todo lo contrario. No sólo leen, también discuten, comentan, valoran, opinan, proponen, anuncian, enlazan, escriben, publican, intercambian, escogen, corrigen, comparten... Es decir, participan activamente” (Nafría, 2007, p.9)

Según Santiago Campión (2012) la Web 2.0 tiene diferentes características la cuales se mencionan a continuación.

#### **4.2.2 Modo de visualización**

La web 2.0 la clave es el lector RSS que busca y selecciona la información que requiere el usuario para buscar, seleccionar y acceder a esa información, en esta característica se denomina *sindicación de contenidos* “la Sindicación es la distribución masiva de contenidos en la web a través de un tipo especial de archivo denominado feed accesible mediante programas agregadores de feed, que son los que permiten que toda la información que deseemos recibir llegue de modo automático a nuestros ordenadores” (Campion, 2012, p.23)

### **4.2.3 Editores.**

En la web 1.0 los editores eran los web master, en la web 2.0 son todos los usuarios que participan quienes pueden editar, además de la facilidad de acceso al flujo de información, las personas pueden escribir en blogs, tomar fotografías, grabar video, compartir, filtrar y comentar además al crearse redes entre las comunidades, la red da nuevos servicios como el software social: que busca satisfacer las necesidades de las personas en tema de comunicación y se forman comunidades con intereses en común.

### **4.2.4 Arquitectura**

Consiste en un cliente y un servidor es decir un usuario que realiza una petición a un programa y obtiene una respuesta a través de los servicios web, aplicaciones web por sus facilidades y popularidad, hace la vida virtual más factible. Actualmente través de los diferentes dispositivos móviles se accede de manera fácil a aplicaciones en cualquier lugar del mundo, sin la necesidad de tener un software en un ordenador que implica peso en lugar de llevar un móvil en los bolsillos

“Existen aplicaciones como los webmail’s, wikis, weblogs, tiendas en línea, etiquetado, e incluso, aplicaciones ofimáticas: dos de sus representantes más conocidas, ThinkFree<sup>5</sup>online y gOffice<sup>6</sup>, son versiones beta gratuitas. Esta característica técnica se denomina «la web como plataforma» y es el signo de los tiempos: muchos servicios dejan de ser aplicaciones encerradas en el ordenador personal para estar disponibles y ser usados, “vía web», desde cualquier lugar” (Campion, 2012, p.23)

### **4.2.5 Protagonistas**

En esta nueva herramienta de la web 2.0 todas las personas que usan la plataforma pueden acceder, generar y compartir contenidos y se hace una transición ya que anteriormente solamente aquellos con conocimiento acerca de las redes se encargaban de ser los protagonistas, es así cómo actualmente todas las personas que acceden a la plataforma influyen en la vida virtual y real a través de su conocimiento, comentario o retroalimentación de la información que se suministra en las redes.

#### **4.2.6 Estado**

En la web 2.0 se realiza una transición del HTML estático a una nueva web dinámica con el fin de servir a los usuarios de una forma abierta, es así como las nuevas herramientas de texto, imagen, videos y sonidos hacen que la sociedad se convierta en generadora y consumidor web.

#### **4.2.7 Mínima unidad de contenido**

En este aspecto la web 2.0 al ser una red abierta se observan procesos de retroalimentación y alteraciones dentro de las publicaciones, al realizar un artículo, post o un mensaje, la personas que reciben la información comenta, comparte a través de redes sociales ya se está generando una reacción en el usuario que al contrario de la web1.0 donde sólo el administrador podía alterar el contenido. Es así como las publicaciones se actualizan constantemente y terminan siendo visualizadas viralmente generando un impacto mayor en la sociedad.

#### **4.2.8 Modo**

Una característica de la web 2.0 es la forma de editar y publicar contenidos es dinámica, es compartida y las personas pueden editar, corregir y mejorar los textos, en la web 2.0 existen dos maneras de colaborar en estos procesos:

Colaboración indirecta, consiste en la forma de intervenir de manera no- intencional un ejemplo es el Google PageRank<sup>7</sup> donde las personas contribuyen a la construcción del algoritmo de los sitios más visitados sin tener un beneficio.

Colaboración instrumental: consiste en tareas concretas que consisten en obtener o proporcionar información un ejemplo es la creación de Wiki o las votaciones online, que ayuda a otros visitantes de la página para disponer más datos a la hora de elegir los contenidos, este tipo de información es directa y de forma inmediata.

Medios y Fines para la colaboración: en este caso la colaboración es el fin de la actividad, las redes sociales constituyen un ejemplo claro de este fenómeno desde el momento en que se comparte el conocimiento hasta la producción del capital social.

### **4.3 Comunicación externa**

La comunicación cumple un papel primordial en una organización ya que a través de la información que se quiera emitir influye en el comportamiento, opinión o actitudes del público interno y externo.

La comunicación externa, consiste en el proceso mediante el cual los contenidos informativos de la empresa o entidad son transmitidos a través de los medios de comunicación, ya que debido al auge y el alcance que tienen en la sociedad crea opinión pública. En otras palabras “es el proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de la opinión pública, para informar sobre diversos aspectos de la vida empresarial, que podrían afectar o ser de interés para la sociedad en general” (Calero, 2005, p.2).

La comunicación externa requiere de planificación, gestión y coordinación ya que si no se llevan a cabo los anteriores pasos no será efectiva y sus resultados serán no deseados, muchas veces contraproducente. Según Montero (2006) La comunicación externa es en la actualidad un cúmulo

de aportes y posibilidades para una organización, esto en la medida que las estrategias y la mirada multimedial estén a la orden de objetivos precisos y de audiencias claramente identificadas.

Además, es relevante que en la comunicación externa deben existir buenas relaciones públicas ya que según Castillo (2010) asegura que estas mejoran las actitudes frente a los públicos externos con los que se relaciona la organización, tratando de transmitir aquella imagen respecto a la cual esperamos y deseamos que nuestro público obtenga de nosotros.

Irene Trelles menciona (2001) que existen algunos actores en la comunicación externa y se deben considerar el departamento de comunicación, clientes, comunidad local, gobierno central, gobierno local, instituciones educativas, proveedores de bienes y servicios, grupos financieros, medios de comunicación social, otras instituciones del entorno, competencia, entre otros.

#### **4.3.1 Tipología de la comunicación**

Según Bartolí (1992), existen varias tipologías de comunicación, se nombran a continuación:

- a) Comunicación externa operativa: consiste en aquella comunicación que se realiza diariamente en la actividad de la entidad y se ejecuta en todos los públicos, clientes, proveedores, competidores etc.
- b) Comunicación externa estratégica: es relevante para la posición competitiva de la empresa y consiste en informarse acerca de los posibles datos de la competencia, la evolución de las variables económicas y legislación laboral.
- c) Comunicación externa de notoriedad: consiste en mostrar a la empresa como una institución que informa dando a conocer sus productos, mejorando su imagen corporativa a través de la publicidad, promoción, donación y patrocinio.

#### **4.3.2 Instrumentos de la comunicación externa**

Según Libeart (2005) existen tres tipos de instrumentos de comunicación:

- 1) Directos y personales: Uso de contactos, llamadas, entrevistas y conferencias con grupos o personas que establezcan relaciones fuertes.
- 2) Impresos: Está relacionado con las notas informativas, libros, cartelera e informes y folletos revistas que pueden ser diseñadas desde la entidad o enmarcada a las relaciones establecidas con otros medios, con el fin de divulgar lo que realiza la organización.
- 3) Digitales: Debido al auge de la era digital y su gran penetración en la sociedad, los instrumentos digitales son importantes porque contribuyen como herramienta eficaz en la comunicación externa. Además, se han desplazado los medios de comunicación impresos o tradicionales a los medios masivos digitales, es por la relevancia de crear información que se adapte a la intranet y a las nuevas tecnologías.

#### **4.4 Periodismo digital**

A finales del siglo pasado la invención del internet fue un hito, la red transformó las dinámicas de los medios de comunicación masivos arrasando con las dinámicas antiguas y convencionales. Como menciona Javier Echevarría, "primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión. Ahora asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa del siglo XXI" (Meso,2002, p.8)

Es así como se comenzó hablar de Periodismo digital un nuevo concepto llamativo y lo define Ramón Salaverría (2008) como la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos. Con el objetivo de cambiar

las dinámicas de los medios tradicionales y de los periodistas sobre las múltiples posibilidades existentes a través de la red rompiendo con la comunicación lineal y unidireccional, es decir proporcionando varias voces y formas de dar la información a través del hipertexto, que consiste “en el enlace que permite al lector navegar por diferentes rincones de la página e, incluso, por múltiples páginas. El hipertexto advierte como el elemento sustancial del periodismo en Red, toda vez que, a través de él, el lector tiene la posibilidad de profundizar en el tema hasta donde prefiera.” (Sánchez, 2007, p.68)

Además, con la llegada del periodismo digital, cambió la estructura de la redacción, la extensión de la noticia, su tratamiento y la forma de enfocar el tema noticioso ya que, con la facilidad de la red, la noticia se hace de forma inmediata y el usuario puede responder de manera inmediata a través de los chats o foros de opinión que tiene la plataforma web.

#### **4.4.1 Características del periodismo digital**

Según diferentes autores como Mark Dauze (2005) existen tres características representativas del periodismo digital, sin embargo, según el profesor Xosé López (2005) añade otras dos características que él considera relevantes, la frecuencia de actualización y el contenido, a continuación, se especificará acerca de ellas.

#### **4.4.2 Hipertextualidad**

Define María Teresa Villariaño (2006) el hipertexto como “un tipo de texto interactivo, no secuencial, no lineal (o multi-lineal), esto es, no basado en una secuencia fija [...] cuya secuencialidad pueda variar considerablemente a lo largo de la lectura” (p.82)

El hipertexto es una herramienta en la cual se conectan varios textos de forma instantánea, relacionando contenidos y estableciendo ideas, conceptos vinculando el documento con otros sitios web conectando los textos, vídeos, gráficos y documentos soneros. Además, permite la

profundización en los hechos, la jerarquización de la navegación y la adecuación efectiva a la estructura de los contenidos ya que el hipertexto suple la información que comúnmente se aclaraba en el cuerpo de la noticia como siglas, lugares, perfiles de personajes o referencias cronológicas.

#### **4.4.3 Multimedialidad**

Según Jankowski y Hanssen, (2010) “la mejor definición es aquella que ha encontrado mayor consenso, desde el punto de vista técnico, como integración digital de diferentes tipos de medios dentro de un único sistema tecnológico” (p.68). La multimedialidad hace referencia a los distintos enlaces hipertextuales a través de textos, fotografías, audios, vídeos e infografías animadas que hacen de la plataforma web llamativa para los consumidores, con los diferentes formatos que se puede usar.

Existen diferentes tipos de información encontrados en la multimedia: Los textos que pueden ser formateados o sin formatear, lineales o hipertextuales, las gráficas que se usan para representar esquemas, cuadros, planos y dibujos lineales ,las imágenes son documentos formado por pixeles de extensión larga y voluminosa, la animación son diferentes gráficos por segundo que permiten observar la sensación de movimiento, los videos son aquellas presentaciones con un número de imágenes por segundo que generan la sensación del movimiento y el sonido puede ser música, voz en off o sonidos particulares necesarios.

#### **4.4.4 Interactividad**

Hace referencia a las posibilidades que tiene el lector a intervenir en las publicaciones, el usuario puede acceder a través de la web a otros documentos como noticias publicadas anteriormente o interactuando a través de la red de foro, chats, cartas, comentarios, encuestas y entrevistas en líneas.

A partir de la interactividad se rompe el paradigma de la comunicación en masas a la comunicación multilateral, es así cómo el autor no sólo propone el texto si no que este se complementa por la intervención del lector. Charo Sádaba (2000) define la interactividad como “la potencialidad de un sistema tecnológico de favorecer procesos comunicativos eficientes al permitir la presencia de elementos que hacen análoga la comunicación mediada por la tecnología al diálogo” (p.150)

Otro teórico como Alejandro Rost (2006) existen dos tipos interactividad: la selectiva (“interacción con los contenidos”), la comunicativa (“interacción entre individuos”) y una combinación de ambas (“interacción con los contenidos y entre individuos”).

#### **4.4.5 Frecuencia de actualización**

Aunque en este término no se ha estudiado mucho es una característica principal a la cual se enfrenta actualmente el periodismo digital la inmediatez, para hacer efectiva las publicaciones es necesario que la adaptación a la renovación continua de los contenidos en la plataforma para que de esa forma se lleve un constante contacto del lector con el medio.

#### **4.4.6 Contenido**

Esta característica del periodismo digital hace referencia a las diferentes pautas que se deben tener en cuenta, el titular al igual que en los medios impresos sigue siendo el elemento primordial para acceder a diferentes contenidos, la información sigue siendo el elemento fundamental en el periodismo virtual, sin embargo, si se usan elementos de color, diferentes tipos de letra, aprovechar los recursos visuales y el texto es el elemento fundamental en la labor de informar.

Además, se puede enriquecer la información de la portada mediante las potencialidades del soporte telemático a diferencia de los medios impresos, se pueden realizar diferentes tratamientos periodísticos a la información y se pueden ampliar y renovar los contenidos constantemente.

#### 4.5 Periodismo científico

En la historia, el periodismo ha tenido diferentes ramas en que enfocarse por la amplia información que existe en la historia de la humanidad. Es así como el periodismo de ciencia es una especialización que pretende difundir o divulgar los hechos relacionados con la ciencia como la tecnología, innovación, salud, medio ambiente, astronomía, cultura, informática, exploración espacial y otras actividades investigativas que competen el ámbito científico o en palabras de Calvo Hernando (2002) “consiste en una especialización informativa que consiste en divulgar la ciencia y la tecnología a través de los medios de comunicación de masas” (p.2).

Debido a los diferentes avances que se han vivido en la historia del hombre, se ha hecho necesaria la divulgación científica no solo en libros, papers, revistas especializadas etc., también se ha hecho fundamental la divulgación a través de los medios masivos ya que con este panorama:

“la divulgación masiva de todo tipo de cuestiones de carácter científico se presenta como una herramienta indispensable para elevar el nivel del conocimiento por parte de la población, desterrando así las suposiciones sin fundamento o las falsas creencias, así como para el perfeccionamiento de la democracia moderna, donde todos sus agentes a diferentes niveles tienen voz y voto para contribuir al avance científico-técnico y, en definitiva, al progreso humano.” (Pator,2002, p.212).

En 1960 el periodismo de ciencia llega a las escuelas en Estados Unidos y este tema comienza a ser discutido en países de Iberoamérica, en 1962 se realizó un primer seminario en Chile y en 1965

el primer curso en periodismo científico en Ecuador desarrollado por el Centro Internacional de estudios superiores de comunicación por América Latina.

En lo que compete a Colombia en el año 1969 por el gobierno de Colombia y la OEA surgió la creación del Centro Interamericano para la Promoción del Material Educativo y Científico para la Prensa (CIMPEC) que actualmente no existe. En 1974 en un congreso realizado en Bogotá acerca del periodismo científico, se fundó la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico.

El periodismo científico actualmente es uno de los temas comunes en la comunicación es por esto que los periodistas actualmente que se dedican en esta rama tienen una misión importante como comunicadores, "los verdaderos héroes son los informadores que poseen suficientes conocimientos científicos y que saben escribir con amenidad y claridad suficientes para describir con eficacia los temas científicos al público en general. Se trata de periodistas científicos, pero también pueden ser científicos de primera categoría" (Calvo,2002, p.3).

#### **4.5.1 Fases y herramientas**

Según Fátima Ruiz (2002) "el periodismo científico tiene diferentes fases y herramientas para la búsqueda y consolidación de la información como el análisis de la cuestión, identificación de todas las fuentes posibles, elección de los métodos, planificación y ejecución de las búsquedas, evaluación y selección de los resultados, Redacción del mensaje comunicativo resultante" (p,2011) a continuación se explican a mayor profundidad.

#### **4.5.2 Análisis de la cuestión**

Para realizar el periodismo científico se hace indispensable reconocer el tema central de la investigación, para eso se debe formular preguntas que respondan al objetivo central. Se debe identificar la disciplina que interviene en el tema escogido es decir si es biología, genética, ecología, además reconocer los términos para abordar el asunto de forma explícita, además se

establece los objetivos del trabajo especificando de qué manera se va a producir el mensaje, ya sea informativo o de opinión, el medio, la peculiaridad del mensaje, el impacto, en qué momento y para quien.

### **4.5.3 Identificación de las fuentes de información**

Según Fátima Ruiz (2002) a la hora de redactar es necesario identificar sobre las fuentes que pueden aportar datos valiosos o proporcionar directamente la información para esto hay que tener en cuenta:

**4.5.3.1 La fuente personal:** son las personas o grupos que proporcionan directamente la información, puede ser el científico, médico e investigador quien facilita la información.

**4.5.3.2 Las fuentes institucionales:** Son aquellos organismos que actúan como generadores o transmisores de información y abarca un número amplio de empresas e instituciones públicas y privadas como academias, universidades, laboratorios, hospitales, asociaciones, centros de investigación y fundaciones. También se incluyen la bibliotecas, archivos y centros de documentación especializados y a través de la red se ha visto simplificados.

**4.5.3.3 Las fuentes documentales:** Son aquellas obras que facilitan información sobre un tema determinado pueden ser documentos u obras, es así como las artículos, informes, revistas u ensayos son el material de primera mano para su trabajo.

### **4.5.4 Elección de los métodos, planificación y ejecución de las búsquedas.**

Según el tipo de fuentes, se debe prever la forma más correcta de abordarlas. Para las fuentes personales el método más empleado son las entrevistas puede ser cara a cara, correo electrónico formal e informal.

#### 4.5.5 Evaluación y selección de los resultados

Al recoger la información se debe compartir se debe seleccionar la información de distintas fuentes consultadas y e debe pasar a la selección. En este sentido, los profesores norteamericanos Ward y Hansen (1997) proponen someter todo material obtenido al test de la evidencia, que consiste en formular las siguientes preguntas relativas a aspectos clave de la información de calidad:

- “– Claridad: ¿tiene el material un significado sin errores?
- Verificabilidad: ¿puede ser verificada la información obtenida?
- Exactitud: ¿es correcta y exacta la información obtenida?
- Actualidad: ¿es ésta la información más reciente disponible?
- Relevancia: ¿es información relevante al tema?
- Reputación: ¿cuál es la reputación de la información o de aquellos que la han proporcionado?
- Suficiencia: ¿es suficiente la información para cada punto principal?
- Consistencia: ¿las piezas de información son consistentes las unas con las otras o una información contradice a otra?
- Calidad comparativa: ¿hay material claramente inferior a otro material del mismo trabajo?” (p. 370).

#### 4.5.6 Redacción del mensaje comunicativo resultante.

Es importante tener en cuentas el género al cual se va redactar la información sea un artículo, reportaje, crónica o entrevista, textual, sonoro, audiovisual o multimedia así mismo la finalidad y

las características de la audiencia que va dirigido. Además, en el periodismo de ciencia se debe usar un lenguaje sencillo y práctico para que cumpla su función de comunicar.

## **5. Actividades desarrolladas**

**5.1. Actividades desarrolladas Objetivo 1:** Elaborar un especial multimedia sobre plantas medicinales que sirva como herramienta de aprendizaje para jóvenes y adultos.

**Estrategia:** Realizar una investigación periodística sobre las plantas medicinales acudiendo a diferentes fuentes internas y externas del Jardín Botánico, para desarrollar entrevistas, redacción de textos, creación de logo y contenido del especial.

**Canal:** Página web del Jardín Botánico de Bogotá

### **Acciones:**

El especial multimedia es una plataforma virtual que pretende ser una biblioteca en cual la sociedad puede informarse acerca de un tema específico. Para llevar a cabo este especial se realizó una investigación profunda, primero un acercamiento a los investigadores en el tema que pertenecen a la entidad que investigan, aplican y difunden acerca de las plantas medicinales en las comunidades. En la subdirección científica Doris Gutiérrez y Alexandra Pineda apoyaron desde sus estudios e investigaciones acerca de las plantas medicinales en la estructura del especial, ellas se encargaron de compartirnos la información acerca de las especies medicinales, usos y origen de las especies. En la subdirección técnica Nohora Peña investigadora en el tema, nos compartió el conocimiento desde las huertas, usos de estas plantas y en la subdirección educativa, Lina Cortés se encargó de asesoramiento y el contacto con los campesinos de Sumapaz a partir del proyecto de Nodos de la biodiversidad donde los campesinos aprenden y comparten su conocimiento acerca de las plantas medicinales.

Luego se realizó una reunión con el equipo de multimedia de la oficina de comunicaciones y se estructuró el especial, definiendo que se haría gráficamente como un periódico vintage con el fin de hacerlo didáctico y llamativo para la sociedad. Además, se realizó un bosquejo del logo y en la próxima reunión se aprobó el logo que quedaría.

Al tener la información, con el asesoramiento de las tres subdirecciones se definieron las secciones que componen al especial multimedia y se ejecutó la realización de los productos que tienen cada una de ellas, se nombran a continuación:

1. Cultura y conocimiento en un solo lugar: esta sección consiste en tres videos realizados junto al equipo de audiovisual que narran diferentes visiones de las plantas medicinales, recurriendo a diversas fuentes que serán mencionadas a continuación:
  - “Conocimiento y costumbre populares en la ciudad”: Agricultores urbanos y comerciante de la plaza de mercado 7 de agosto (ciudad):

Para la realización de este video se llevó el contacto con don Laureano Gómez quien realizó un curso de agricultura urbana en el Jardín Botánico de Bogotá y tiene una huerta en la cual cultiva plantas medicinales, a don Laureano se realizó una entrevista donde narra su testimonio a partir de las pomadas y aceites que realiza con las plantas para sanar su enfermedad y como proyecto empresarial de compartir los productos que hace en su casa. Otra de las personas entrevistadas fue La comerciante Martha Quintero quien es una yerbatera de la plaza de mercado 7 de Agosto y a partir del negocio familiar su madre le inculcó conocimientos acerca de las planta, ella menciona cuales son las especies que más compran en la plaza, sus usos y algunas creencias alrededor de estas especies etc.

- “Sabiduría de una tradición medicinal”: Campesinos de Sumapaz y Cabildo Indígena Muisca de Bosa.

Con el fin de tener una información amplia a partir del conocimiento de las personas que habitan en la zona rural se realizó una salida de campo al páramo de Sumapaz, allí en compañía de Lina Cortes investigadora y profesional a cargo del proyecto de nodos de la entidad en esa zona, se realizaron entrevistas a varios campesinos donde informaban los diferentes usos y significados que se tienen acerca de las plantas medicinales a partir de la información que les han transmitido sus abuelos. Para lograr la entrevista con el Cabildo Indígena Muisca de Bosa se recurrieron a fuentes externas del Jardín, se realizó una carta para que fuese aprobado por el consejo del Cabildo, al obtener una respuesta positiva se acordó una fecha en la cual se llevó a cabo la entrevista a las Mayoras conocedoras del tema y a la médica tradicional quien comparte la visión de las plantas medicinales desde el origen, los usos, rituales y creencias que se les da a estas especies en la cosmovisión Muisca.

- “La ciencia de las plantas medicinales” Investigadores de la subdirección científica y del Real Jardín Botánico de España:

Con el fin de que el especial multimedia validará la información a partir de la objetividad de la ciencia, se realizó una entrevista a José Luis Fernández investigador del herbario del Real Jardín de España, conocedor del tema y se refiere al origen y la importancia de las plantas medicinales en todo el mundo. Nohora Peña especialista en agricultura urbano aportó en el video compartiendo el uso y el adecuado manejo de estas especies, además Doris Gutiérrez investigadora de la subdirección científica de la entidad es experta en el tema y habló sobre la importancia del conocimiento de las plantas, basarse en fuentes oficiales como el INVIMA, el uso, modo de implementación de estas especies y los proyectos que se realizan en el Jardín sobre este tema.

2. Extra! top 10 medicinales: Al escogerse las 10 especies representativas y estudiadas desde la subdirección científica del Jardín, se realizó esta sección que nombre la manzanilla, caléndula,

ruda, diente de león, yerbabuena, menta, sábila, toronjil, verbena y romero, plantas seleccionadas a las cuales se describió sus propiedades medicinales aprobadas por el INVIMA, modo de implementación, propagación, origen, parte usas y contraindicaciones. Para la recolección de esta información fue necesario recurrir a bibliografía como documentos oficiales del INVIMA, libros sobre plantas medicinales publicados por el Jardín y el apoyo de Cesar Marín y Doris Gutiérrez, profesionales de la subdirección científica quienes revisaron, corrigieron y aprobaron la publicación de la información.

3. Glosario de las plantas medicinales: Esta sección fue realizada debido a que las palabras que se usan en el lenguaje científico muchas veces son complejas entonces fue necesario recurrir a elaborar esta ayuda para las personas que vean el especial multimedia y así instruir el léxico. Para la creación de esta sección se recurrió al diccionario de la RAE, a enciclopedias oficiales y se realizó la respectiva revisión de Cesar Marín y Doris Gutiérrez profesionales de la subdirección científica.

4. Lo que se cuenta de las plantas medicinales: Esta sección del especial fue elaborada a la medida que se realizó el glosario, se indagó varias fuentes bibliográficas recomendadas por los profesionales expertos en el tema del Jardín, además de información recolectada en un curso de herbolaria y en el voz a voz de la comunidad ya que es una sección que narra mitos alrededor de algunas plantas medicinales.

5. La caricatura del día: Al realizar la estructura de un periódico siempre existe una sección donde hay una caricatura del día por eso a partir de la entrevista que se realizó a la médica tradicional de la comunidad fue redactada los diálogos de la caricatura y luego, fue graficada por el diseñador de la oficina de comunicaciones.

6. Aprenda hacer una pomada: Esta sección del especial para llevarla a cabo se realizó una salida a campo la huerta de doña Elena Villamil quien tiene su huerta llena de plantas medicinales, las cuales usa para la elaboración de productos naturales como pomadas, jabones, aceites y alimentos. Para cumplir con lo acordado de la sección realizó una entrevista y un tutorial de cómo hacer una pomada para que las personas puedan hacer desde sus casas este tipo de transformado.

Al finalizar las seis secciones que lleva el especial multimedia, Katherine Lara periodista del Jardín revisó el producto final, aprobó y fue enviado a la subdirección científica quien dio el avala para que el especial multimedia fuese publicado satisfactoriamente en la página de la entidad.

**Tiempo de ejecución:** octubre - enero.

Se puede observar el material producto de este objetivo en los anexos:

Anexo A: contenido del especial multimedia y link

Anexo B: salida entrevista plaza de mercado, cabildo indígena, huerta y Sumapaz.

Anexo C: información de los textos del especial

**5.2 Actividades desarrolladas Objetivo 2:** Diseñar artículos especializados sobre investigaciones adelantadas por la entidad, para que sean difundidos en diferentes medios de comunicación nacional.

**Estrategia:** Recopilar información sobre las investigaciones relevantes que ha realizado el Jardín Botánico de Bogotá y redactar el artículo.

**Canal:** Medios de comunicación

**Acciones:**

Para la elaboración de los artículos especializados, se definió el primer tema (Banco de semillas del Jardín Botánico de Bogotá), ya que es un tema novedoso, impactante y tiene una función

importante debido a los hallazgos y función que ejecutan en este lugar. Definido el tema se acuerda una entrevista con la líder del banco de semillas de la entidad Laura Martínez, luego se asiste al lugar donde se realiza un recorrido para que el tema sea mucho más claro y contundente a la hora de redactar.

Al obtener la entrevista con la vocera del Jardín se desarrolló la búsqueda del tema en fuentes oficiales sobre estudios alrededor del tema, finalmente al tener las evidencias se comienza a redactar el insumo sobre banco de semillas, se clasifican los temas que componen el artículo y al ser finalizado es revisado por el supervisor a cargo Diego Rodríguez y pasa al director de comunicaciones Yamid Saldaña quien realiza las respectivas corrección y da el aval para que un medio nacional lo publique.

En el desarrollo de la pasantía junto al periodista Diego Rodríguez, se redactó un insumo acerca de una especie llama “Senecio Carbonelli”, ya que se había declarado en vía de extinción, pero volvió a propagarse después de muchos años. Para la elaboración de este artículo se llevó a cabo una salida a campo al humedal la conejera donde se hizo una entrevista a la persona que encontró la especie mientras se realizaba el recorrido que hicieron los operarios e investigadores para encontrar la especie, al tener esta información se redactó en el insumo el hallazgo de esta planta conocida como margarita de pantano.

Otro de los artículos que se comenzó a redactar pero no se finalizó, fue un artículo acerca del comportamiento de los artrópodos, sin embargo por los tiempo laborales de la investigadora encargada del tema Ángela Rodríguez no fue posible reunirnos para culminar el insumo, pero se realizó el esquema del contenido, se recurrió a varias bibliografías y finalmente se anexó información enviada por la profesional pero falta complementarlo con las respuesta.

**Tiempo de ejecución:** septiembre a enero.

A continuación, se puede observar el material producto de este objetivo en los anexos:

Anexo D: pantallazo artículos.

**5.3 Actividades desarrolladas Objetivo 3:** Realizar notas para la página web donde se divulgue la participación en eventos académicos y se informe la misionalidad del Jardín.

**Estrategia:** Asistir a eventos académicos, actividades e investigaciones que realiza la subdirección científica del Jardín Botánico para redactar notas web para la página.

**Canal:** Página web del Jardín Botánico de Bogotá.

**Acciones:**

En los cinco meses de la pasantía se desarrollaron diferentes notas web para la página de la entidad a partir de las diferentes actividades, eventos e investigaciones de la subdirección científica que surgieron en cada mes.

Primero se ejecutaron las entrevistas a los voceros oficiales del Jardín quienes son profesionales del tema, para la elaboración de la nota web fue necesario asistir a eventos fuera de la entidad con el fin de cubrir y obtener toda la información para ser comunicada.

Durante la pasantía se realizaron notas para la página web antes de los eventos y después de los eventos. Además, cada nota web antes de ser publicada se revisaba por el supervisor a cargo Diego Rodríguez y luego por el coordinador de comunicaciones Yamid Saldaña quien aprobó la publicación de cada una de ellas. Finalmente fueron publicadas 23 notas web realizadas durante los cinco meses de la pasantía en la página del Jardín.

**Tiempo de ejecución:** agosto a enero.

A continuación, se puede observar el material producto de este objetivo en los anexos

Anexo E: trabajamos para embellecer y conservar las plantas acuáticas en Bogotá

Anexo F: estamos compartiendo nuevas experiencias de la conferencia mundial sobre restauración ecológica en Brasil

Anexo G: humedal Jaboque reencuentra su cauce de la mano del jardín.

Anexo H: llega el primer encuentro con la biodiversidad y la comunidad en el jardín.

Anexo I: tras intervenciones del Jardín, renace la biodiversidad en cantarrana.

Anexo J: vuelven las tertulias académicas del jardín.

Anexo K: el jardín siembra vida en el humedal Jaboque.

Anexo L: cursos en cultivo in vitro y conservación, aporte científico en la xvi exposición de orquídeas.

Anexo M: texto institucional tropicario

Anexo N: texto institucional herbario

Anexo Ñ: en la semana de la restauración, los cerros y las reservas se llenaron de vida.

Anexo O: Colciencias reconoce al Jardín Botánico por innovar con la plataforma web de nombres comunes.

Anexo P: 300 árboles le dan vida al parque ecológico cantarrana.

Anexo Q: con abono orgánico revive el humedal Tibanica.

Anexo R: el Jardín da vida a especies nativas que fortalecen la flora de Bogotá.

Anexo S: Jardín Botánico trabaja por recuperar el roble colombiano.

Anexo T: biodiversidad tema principal en socialización de investigaciones.

**5.4 Actividades desarrolladas Objetivo 4:** Diseñar y ejecutar una propuesta digital donde se dé respuesta a generalidades que tienen que ver con el quehacer misional del Jardín mediante videos cortos que serán publicados en las redes sociales de la entidad.

**Estrategia:** Elaborar propuesta y realizar videos de un minuto a los investigadores de la subdirección científica donde se hablen generalidades, términos, temas de ciencia relacionados con el Jardín.

**Canal:** Redes sociales.

**Acciones:**

Para la elaboración de esta propuesta primero se identificó el objetivo principal, por esto se consolidó desarrollar una propuesta audiovisual en la cual participe la comunidad y se informe acerca de términos comúnmente usados en la ciencia.

Al elaborarse el objetivo general y específico se envió la propuesta al coordinador de comunicaciones y aprobó el desarrollo de las cápsulas audiovisuales, luego se realizó la respectiva parrilla de términos que sería consultado a los voceros oficiales del Jardín Botánico de Bogotá.

En el mes de enero se logró grabar el primer piloto y fue publicado en las redes sociales de la entidad, además se dejaron elaboradas cinco entrevistas con diferentes profesionales y el sondeo para la publicación de cada capsula. No se puede realizar el proyecto meses antes debido a las diferentes actividades que surgieron en el quehacer de la pasantía ya que no se contaba con los equipos o video grafos para comenzar a ejecutar la propuesta.

**Tiempo de ejecución:** Octubre – Enero

A continuación, se puede observar el material producto de este objetivo en los anexos

Anexo U: pantallazo propuesta y link

**5.5 Actividades desarrolladas Objetivo 5:** Monitorear todas las publicaciones donde se menciona la participación del Jardín Botánico.

**Estrategia:** Actualizar la base de datos de reporte de impactos del Jardín Botánico de Bogotá

**Canal:** Drive

**Acciones:**

Durante los cinco meses de la pasantía todas las mañanas se realizó el monitoreo en los medios de comunicación nacionales donde se registraron los comunicados de prensa enviado a los medios, además de notas informativas donde se menciona a la entidad por los eventos, actividades, investigaciones.

La información encontrada fue diligenciada en la base de datos de impactos que se tiene en el drive de la oficina de comunicaciones, allí se diligenció la fecha, el medio, la subdirección de la cual se obtuvo el vocero o tema de publicación, el link y el titular. Finalmente se observó el impacto de la subdirección científica desde agosto hasta enero.

**Tiempo de ejecución:** Agosto - enero.

A continuación, se puede observar el material producto de este objetivo en los anexos

Anexo V: pantallazo base de datos.

**5.6 Actividades desarrolladas Objetivo 6:** Apoyar todas las actividades que surjan en el quehacer de esta pasantía.

**Estrategia:** Realizar las actividades propuestas por el director de comunicaciones.

**Canal:** Varios

**Acciones:**

Durante los cinco meses de la pasantía surgieron diferentes actividades propuestas por el director de comunicaciones, entre estas apoyar la logística de eventos estratégicos de cada mes: bonsái y orquídeas, además se realizó el acompañamiento en la producción de los videos de rendición de cuentas, en la redacción del libreto, arte y vestuario entre otras funciones necesarias a la hora del rodaje. Además, se elaboraron informes acerca de lo ejecutado durante el mes para el Jardín

Botánico de Bogotá y se actualizó la base de datos de periodistas, llamando semanalmente a diferentes medios de comunicación nacional.

Otras de las actividades que surgieron fueron salidas a campo apoyando a equipo audiovisual en las entrevistas y tomando fotografías y durante los cinco meses se enviaba semanalmente un informe de noticias al coordinador de comunicaciones para contextualizar las noticias relevantes del Jardín Botánico de Bogotá, de la administración y de medio ambiente.

**Tiempo ejecución:** Agosto - enero.

A continuación, se puede observar el material producto de este objetivo en los anexos.

Anexo W: producción videos rendición de cuentas.

Anexo X: actualización base de datos de periodistas.

Anexo Y: entrevistas y fotografías tomadas en la salida de campo.

## 6. Conclusiones

Para conocer, evidenciar los procesos de una entidad y transmitir una imagen positiva que la posiciona es necesario tener una eficiente comunicación externa para que de esa forma la sociedad conozca el quehacer y disfrute de sus servicios. El Jardín Botánico de Bogotá como entidad pública que tiene como misión la investigación distrital con énfasis en ecosistemas alto andinos y de páramo, responsable de las coberturas verdes en la Ciudad, del desarrollo de programas de educación ambiental y la conservación y mantenimiento de colecciones vivas de flora para su apropiación y disfrute por parte de los ciudadanos contribuyendo a la sostenibilidad ambiental.

A partir de lo anterior, durante esta pasantía se proyectaron objetivos que aportaron a la visibilidad de la entidad en el reconocimiento de la entidad como un icono de la ciudad y a su misionalidad. Desde la oficina de comunicaciones, lugar donde se desarrolló la pasantía, se divulga la información que realizan la subdirección: científica (investigación científica), técnica (encargada de las coberturas verdes de la ciudad) y educativa (educación ambiental y eventos estratégicos en la entidad).

Debido al constante flujo de información en las tres subdirecciones, esta pasantía se realizó con el fin de difundir y proponer estrategias de la subdirección científica primordialmente, además a partir de la era tecnológica y la búsqueda constante de información a través de la internet, se desarrollaron propuestas de difusión de información a través de este medio.

Se cumplió con el objetivo de proponer y ejecutar un especial multimedia acerca de las plantas medicinales que respondiera a la función de un especial, como una plataforma virtual que funciona como biblioteca abierta para jóvenes y adultos que quieren o necesitan investigar sobre un tema específico. Para lograr lo mencionado anteriormente se realizó entrevistas, textos explicativos con referencias bibliográficas, obteniendo un especial llamativo, informativo, didáctico y diferente a los especiales multimedia anteriormente publicados.

Durante los cinco meses de pasantía se logró satisfactoriamente el objetivo de cubrir los eventos, actividades e investigaciones realizadas por la subdirección científica y redactar las notas web para ser difundida a través de la página virtual de la entidad con la constante dedicación a la redacción, sin embargo, en el quehacer diario de este ejercicio surgieron situaciones imprevistas que retrasaban la publicación oportuna de las notas web.

Debido a que el Jardín Botánico es un centro de investigación científica se propuso en el proceso de esta pasantía la realización de artículos especializados. Para lograr este objetivo fue necesario indaga en fuentes oficiales de la entidad, recurrir a varias bibliografías, ir al lugar de los hechos y redactar de manera minuciosa con el fin de ser publicado en un medio nacional, sin embargo, debido a los tiempos de los investigadores se retrasaba la redacción de los artículos y fue necesario aplazar algunos.

Otro de los objetivos cumplido fue el diseño y ejecución de una propuesta digital donde se dé respuesta a generalidades que tienen que ver con el quehacer misional del Jardín mediante videos cortos que serán publicados en las redes sociales de la entidad. Para el cumplimiento de este objetivo se realizó un proyecto audiovisual llamado el glosario botánico que busca mediante videos cortos que las personas aprendan sobre términos comúnmente usados por la ciencia. Estos videos son publicados en las redes sociales de la entidad y ha sido novedoso para las redes sociales.

El Jardín Botánico de Bogotá al ser una entidad del estado tiene funciones vitales con la comunidad y buscar generar impacto para que la comunidad se entere de misionalidad, por esto se realizó durante los cinco meses el respectivo monitorear de todas las publicaciones donde se menciona la participación del Jardín Botánica en medios nacionales para así actualizar la base de datos mostrando los impactos de los eventos, notas web o el trabajo investigativo que realiza el Jardín, como resultado se pudo observar que el Jardín es reconocido por los medios masivos como un centro investigativo y generador de eventos donde la sociedad tome consciencia de los temas ambientales.

En el tiempo de desarrollo de la pasantía surgieron diferentes actividades en la oficina de comunicaciones como apoyar en la producción de los videos de rendición de cuentas, una estrategia innovadora a través de videos didácticos, realizar entrevistas en eventos académicos, tomar fotografías en las plantaciones o eventos para informar a tiempo en las redes sociales y así la comunidad participe y se entere de lo que realiza el jardín en tiempo real.

Otra función fue apoyar en la actualización de la base de datos de productos que se realizan en la oficina de comunicaciones con el fin de tener una información clara sobre las actividades que cubre la oficina de comunicaciones. Además, se llevó a cabo la actualización de la base de datos de periodistas para que estos contactos publiquen la información enviada desde la oficina de comunicaciones y sea divulgada la misionalidad del Jardín Botánico de Bogotá a través de los medios masivos.

Finalmente, se llevó a cabo en el tiempo de esta pasantía un trabajo constante, cumpliendo todos los objetivos propuestos en este proyecto , dejando en la entidad propuestas que se pueden seguir llevando a cabo y productos excelentes que se fueron realizando a través de la plataforma virtual de la entidad para que la comunidad conozca sobre la investigaciones, que realiza el Jardín, así

cumpliendo con fortalecer los procesos comunicativos de la subdirección científica del Jardín Botánico de Bogotá.

## **7. Recomendaciones**

El Jardín Botánico de Bogotá como entidad pública del estado y centro de investigación y conservación de la vegetación colombiana, con énfasis en la flora andina, está constituido por diferentes subdirecciones, cada una tiene una función primordial a la hora de ejecutar sus acciones y compartir la información a la oficina de comunicaciones para que la comunidad conozca los procesos que se realizan en la entidad.

Es por esto que se hace necesaria a pesar de los diferentes ideales de cada administración, resaltar la labor que se lleva a en la subdirección científica y realizar un seguimiento continuo a cada una de las actividades e investigaciones para difundir la información relevante que se ejecuta desde esa oficina.

Sin embargo, se encuentra una deficiencia en la oportuna comunicación desde la subdirección científica a la oficina de comunicaciones, ya que no solicitaban el apoyo periodístico a tiempo u omitían la función de la oficina de comunicaciones, es por esto que se recomienda reforzar la comunicación interna de la entidad para lograr la difusión oportuna y clara.

La propuesta audiovisual elaborada y ejecutada del glosario botánico es necesario que se continúe con este proyecto ya que como objetivo tiene difundir el quehacer misional del Jardín mediante videos cortos que serán publicados en las redes sociales de la entidad y será de gran ayuda para que la comunidad tenga más interacción con la entidad.

Por último, una recomendación general que se debería tomar en cuenta en la oficina de comunicaciones y es generar contenidos más juveniles para las redes sociales ya que existe un gran público de seguidores de estas edades que recurren a estas plataformas para informarse de las investigaciones y las actividades de aprendizaje ambiental que pueden realizar en el Jardín.

## 8. Anexos

Anexo A: contenido del especial multimedia y link

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/especiales/plantasmedicinales>

**F** FORMATO DE DESARROLLO PARA ESPECIALES MULTIMEDIA

Nombre del especial: Plantas medicinales  
 Solicitado por: las Subdirecciones Científica, Educativa y Técnica  
 Fecha de entrega:  
 Plantilla: Periodico antiguo

Evolución: ■ cero ■ media ■ finalizado

**SECCIONES**

	CONTENIDO	MEDIO	MODULO
1	¿Qué son las plantas medicinales?	TEXTO - IMAGEN	
2	Diferentes visiones de las plantas medicinales.	VIDEOS (4) (TRANSCRIPCIÓN TEXTUAL DE VIDEOS (SLIDER)	
3	Las 10 plantas más comunes.	INFOGRAFÍAS TEXTO, VIDEO ( ENTREVISTAS, EXPLICACIONES Y ANIMACIONES), IMAGEN, GIF	
	Tipos de plantas ( Amargas y Dulces) - NOMBRE CLASIFICACIÓN USO	SECCIÓN DE CLASIFICADOS	
4	¿Las plantas también tienen parte espiritual?	HISTORIETA, ( CABILDO INDÍGENA)	
6	Curiosidades de otras plantas medicinales.	ANIMACIÓN CON GALERÍAS	
7			
8			

Anexo B: salida entrevista plaza de mercado, cabildo indígena, huerta y Sumapaz.



## Anexo C: información de los textos del especial

### ¿QUÉ SON LAS PLANTAS MEDICINALES?

#### ¿SABE USTED QUE SON LAS PLANTAS MEDICINALES ?

Las plantas medicinales son aquellas especies vegetales que tienen propiedades curativas o terapéuticas y pueden ser usadas como infusiones, ungüentos, cremas, comprimidos, cápsulas, entre otros.

#### EXTRA LAS 10 PLANTAS MÁS USADAS POR LOS COLOMBIANOS

Toronjil	<i>Melissa officinalis</i>
Yerbabuena	<i>Mentha spicata</i>
Menta	<i>Mentha x piperita</i>
Romero	<i>Rosmarinus officinalis</i>
Verbena	<i>Verbena litoralis</i>
Caléndula	<i>Calendula officinalis</i>
Diente de león	<i>Taraxacum officinale</i>
Sábila	<i>Aloe vera</i>
Manzanilla	<i>Matricaria recutita</i>
Ruda	<i>Ruta graveolens</i>

## Anexo D: pantallazo artículos.



#### Artículo de prensa

### El primer banco de semillas en Colombia que asegura las especies nativas de páramo y bosques altoandinos.

**Bogotá, Octubre de 2017.** No solo los animales están en peligro de extinción, también la variedad de vegetación que existe en el mundo se encuentra en riesgo debido a la sobreexplotación de los recursos naturales, la tala de bosques y el calentamiento global que afecta a todos los seres vivos en la tierra.

Es por esto que el Jardín Botánico de Bogotá, sumándose a soluciones que contribuyan al mantenimiento de esta vegetación en bosques altoandinos y páramos, desde el 2015 creó el primer banco de semillas en Colombia de dichas especies como una estrategia de conservación fuera del ambiente, una alternativa para asegurar la no extinción de estas plantas.

### Jardín Botánico de Bogotá reencuentra especie que había desaparecido en humedal La Conejera

**Bogotá, Diciembre de 2017.** Luego que el Jardín Botánico de Bogotá realizara una serie de exploraciones durante el año 2015, encontró una reducida población de *Senecio carbonelli*, comúnmente conocida como Margarita de pantano, que había declarado extinta en 1997. Esta es una planta acuática nativa, endémica y única en el mundo, pues sólo se encuentra en el Humedal La Conejera de la ciudad de Bogotá.

El *Senecio carbonelli* se encuentra en la Sabana de Bogotá y ha ido desapareciendo por la reducción de los ecosistemas de humedales debido al continuo crecimiento urbano. Esta especie se caracteriza porque contribuye al control de inundaciones gracias a su capacidad de absorción de agua, neutralizar las bacterias nocivas y proporcionar el hábitat para la micro y macrofauna.

Esta planta, que fue declarada extinta por el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt en el año 1997, actualmente cuenta con menos de un centenar de individuos, lo cual hace que se encuentre en alto grado de amenaza.



**Título:** Senecio Carbonelli

**Fecha:** 14/12/2017

**Link:** [https://docs.google.com/document/d/17DquDTuD7EEDAY7HEXdaR3MtqL8m5jhYxy\\_83NCCT\\_M/edit](https://docs.google.com/document/d/17DquDTuD7EEDAY7HEXdaR3MtqL8m5jhYxy_83NCCT_M/edit)

Anexo E: trabajamos para embellecer y conservar las plantas acuáticas en bogotá.

## Trabajamos para embellecer y conservar las plantas acuáticas en Bogotá



En los humedales de Bogotá existen 81 especies de plantas acuáticas que regulan la temperatura de agua, eliminan la materia orgánica y purifican naturalmente el agua en ecosistema de Bosque Alto andino y de Páramo.

El pasado 15 de agosto, se llevó a cabo en las instalaciones del Jardín Botánico de Bogotá, el curso de plantas acuáticas, en el cual participaron cerca de 15 personas de distintas profesiones que tienen afinidad con los proyectos ambientales.

**Título de la nota:** Trabajamos para embellecer y conservar las plantas acuáticas en Bogotá

**Fecha:** 23/08/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/130-trabajamos-para-embellecer-y-conservar-las-plantas-acuaticas>

Anexo F: estamos compartiendo nuevas experiencias de la conferencia mundial sobre restauración ecológica en Brasil

Estamos compartiendo nuevas experiencias de la Conferencia Mundial sobre restauración ecológica en Brasil



Las estrategias de conservación que implementamos en el Jardín, en enfoque estructural del paisaje para conservar ecosistemas en Bogotá y las investigaciones piloto que realizamos para restaurar la conectividad en los ecosistemas del Corredor Altiplano, son algunas de las formas que estamos compartiendo en la VI Conferencia Mundial sobre Restauración Ecológica, que se desarrolla en Foz de Iguaçu, Brasil, desde este 27 de agosto hasta el 1 de septiembre.

**Título de la nota:** Estamos compartiendo nuevas experiencias de la Conferencia Mundial sobre restauración ecológica en Brasil

**Fecha:** 28/08/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/133-nuevas-experiencias-en-la-conferencia-mundial-sobre-restauracion-ecologica>

## Anexo G: humedal Jaboque reencuentra su cauce de la mano del jardín

### Humedal Jaboque reencuentra su cauce de la mano del Jardín



Los vecinos del Humedal Jaboque y la ciudadanía podrán disfrutar este sábado 2 de septiembre de un encuentro participativo que integra procesos de restauración y el embellecimiento del cuerpo de agua. Estas acciones buscan empoderar a la comunidad.

En el evento se compartirán experiencias positivas del trabajo que se desarrolla en el Humedal, donde se destaca la conservación de especies en el territorio como las tinguas, el pato turrio, y la tinguá bogotana.

---

### Título de la nota: Humedal Jaboque reencuentra su cauce de la mano del Jardín

**Fecha:**28/08/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/134-humedal-jaboque-reencuentra-su-cauce-de-la-mano-del-jardin>

## Anexo H: llega el primer encuentro con la biodiversidad y la comunidad en el jardín

### Llega el primer encuentro con la biodiversidad y la comunidad en el Jardín



Un encuentro lleno de avances investigativos, interacción con la naturaleza y aprendizajes sobre las especies y sus diversas funciones, es puesto al alcance de nuestros visitantes en la "I Semana de la Biodiversidad", desde el 11 hasta el 15 de Septiembre en el Jardín Botánico de Bogotá.

Diversos proyectos ambientales realizados por organizaciones como la Fundación de Cerros de Bogotá, Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca CAR, Grupo Ecomunitario, y la Universidad del Rosario en Bogotá, serán socializados el 11 de Septiembre de 8:00 a.m a 5:00 p.m en la conferencia "Aportes al conocimiento y conservación de la biodiversidad de Bogotá".

**Título de la nota:** Llega el primer encuentro con la biodiversidad y la comunidad en el Jardín

**Fecha:**3/09/2017

**Link:**<http://jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/138-llega-el-primer-encuentro-con-la-biodiversidad-y-la-comunidad-en-el-jardin>

### Anexo I: tras intervenciones del Jardín, renace la biodiversidad en cantarrana

Tras intervenciones del Jardín,  
renace la biodiversidad en Cantarrana



Roble, cedro, mano de oso y tomateño, entre otras especies nativas de bosque andino, serán plantadas por el Jardín Botánico de Bogotá este sábado 8 de Septiembre en el área de restauración ecológica en Cantarrana, Usme.

Junto a tres grupos de Scout de Colombia Región Bogotá y estudiantes de la Universidad Distrital, el Jardín liderará esta jornada, donde se plantarán cerca de 280 individuos correspondientes a 11 especies. La actividad se realizará entre las 8:30 a.m. y las 11:30

**Título de la nota:**Tras intervenciones del Jardín,renace la biodiversidad en Cantarrana

**Fecha:**03/09/2017

**Link:**<http://jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/137-tras-intervenciones-del-jardin-renace-la-biodiversidad-en-cantarrana>

### Anexo J: vuelven las tertulias académicas del Jardín.

Vuelven las tertulias académicas del Jardín



Biodiversidad, problemáticas ambientales y conocimiento sobre ecosistemas andinos, son algunos de los temas que se exponen en "La segunda tertulia de estímulos a la investigación", que se desarrollará en la Universidad Jorge Tadeo Lozano este 15 de septiembre.

Estas sesiones buscan empoderar a estudiantes vinculados al programa de estímulos a la investigación, mediante una jornada donde se la socializarán los resultados alcanzados en los estudios adelantados con el apoyo del Jardín Botánico de Bogotá.

Algunos de los avances que se exponen por parte de los ponentes, pretenden dar elementos de estudio para profundizar en el uso de plantas exóticas para mejorar la calidad de sus frutos y la conservación de especies en ecosistemas de alta vulnerabilidad.

**Título de la nota:** Vuelven la tertulias académicas del Jardín

**Fecha:**03/09/2017

**Link:**<http://jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/139-vuelven-las-tertulias-academicas-del-jardin>

### Anexo K: El Jardín siembra vida en el humedal Jaboque

El Jardín siembra vida  
en el humedal Jaboque



Cedro, chocho, moquillo, alcaparro y espino garbanzo serán algunas de las especies que se plantarán el próximo sábado 16 de Septiembre en el sector del Parque Ecológico Distrital de humedal Jaboque, en la localidad de engativá.

Con el fin de enriquecer la diversidad florística y restaurar la zona del humedal Jaboque, el Jardín Botánico de Bogotá, junto al Fondo Distrital para la Gestión de Riesgos y Cambio Climático (FONDIGER) plantará 125 individuos de aproximadamente 20 especies nativas del humedal.

**Título de la nota:** El Jardín siembra vida en el humedal Jaboque

**Fecha:** 11/09/2017

**Link:**<http://jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/141-el-jardin-siembra-vida-en-el-humedal-jaboque>

### Anexo L: cursos en cultivo in vitro y conservación, aporte científico en la xvi exposición de orquídeas.

Cursos en cultivo in vitro y conservación,  
aporte científico en la  
XVI exposición de orquídeas



Las orquídeas se toman el Jardín Botánico de Bogotá y llegan con una programación variada para los amantes de estas plantas. En este evento, se desarrollarán cursos y encuentros académicos con expertos internacionales como Phillip Trevor Seaton y Patricia A. Harding, que acercarán a los participantes a conocer la propagación, conservación de las diferentes especies que existen en el mundo.

**Título de la nota:** cursos en cultivo in vitro y conservación, aporte científico en la XVI exposición de orquídeas

**Fecha:** 14/09/2017

**Link:**<http://jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/>

## Anexo M: texto institucional tropicario

### Tropicario



#### Avanza la transformación del nuevo tropicario del Jardín

Bosque seco tropical, bosque húmedo, plantas útiles especializadas, Amazonas, Chocó y superpáramo serán los ecosistemas que los visitantes podrán disfrutar en el nuevo tropicario, una apuesta por modernizar y transformar el Jardín Botánico de Bogotá.

Esta nueva infraestructura recreará los ecosistemas a escala real, para que los visitantes puedan conocer más de los valores ambientales, resaltando la ecología colombiana e incentivando su conservación.

Para la realización de este nuevo tropicario se ha destinado una inversión proveniente del distrito y de regalías cerca de 20.000.000 millones de pesos, que contempla dos entregas. Por un lado, está la fase I, que recrea el bosque seco con plantas como ficus, ceiba y manglar, así como el fortalecimiento de las colecciones especializadas, plantas útiles y el superpáramo. Esta obra se culminará en enero del 2018. Mientras que la fase II, la cual se finalizará a mediados del 2018, tendrá realizados los ecosistemas de Amazonas y Chocó.

**Título de la nota:** Texto institucional Tropicario

**Fecha:** 21/09/2017

**Link:**<http://www.jbb.gov.co/index.php/Tropicario>

## Anexo N: texto institucional herbario

### Herbario



El nuevo Herbario abre sus puertas con una estructura llena de conocimiento para la comunidad

Un Herbario es un museo de colecciones de plantas o partes de plantas, las cuales han sido secadas, prensadas en papel, archivadas y están acompañadas de información como el nombre científico y común de la planta.

Por esta razón, el Jardín Botánico de Bogotá trabaja por fortalecer el estudio de la flora andina y de páramo de Colombia con la construcción del nuevo Herbario de la entidad. En este novedoso espacio se encuentran doce nuevas especies para la ciencia, una biblioteca etnobotánica y laboratorios especializados.

**Título de la nota:** Texto institucional Herbario

**Fecha:** 22/09/2017

Anexo Ñ: en la semana de la restauración, los cerros y las reservas se llenaron de vida.

En la Semana de la Restauración, los cerros y las reservas se llenaron de vida



Culminó la Semana de la Restauración Ecológica realizada del 11 al 14 de Octubre por el Jardín Botánico de Bogotá, la cual contó con la participación de niños, jóvenes y adultos, quienes reconocieron la flora y fauna que habita en Bogotá a través de actividades como plantaciones, cursos de estudio de aves y carreras de observación.

**Título de la nota:** En la Semana de la Restauración, los cerros y las reservas se llenaron de vida.

**Fecha:** 19/10/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/160-en-la-semana-de-la-restauracion-los-cerros-y-las-reservas-se-llenaron-de-vida>

Anexo O: Colciencias reconoce al jardín botánico por innovar con la plataforma web de nombres comunes.

Colciencias reconoce al Jardín Botánico por innovar con la plataforma web de nombres comunes



La plataforma 'Nombres Comunes de las Plantas de Bogotá', desarrollada por el Jardín Botánico de Bogotá recibe este jueves 23 de noviembre la mención de honor al primer Premio Nacional de Ciencia Abierta en la categoría de Datos Abiertos del Departamento

**Título de la nota:** Colciencias reconoce al Jardín Botánico por innovar con la plataforma web de nombres comunes

**Fecha:** 24/11/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/174-recipientes-mencion-de-honor-en-el-premio-nacional-de-ciencia-abierta>

## Anexo P: 300 árboles le dan vida al parque ecológico cantarrana

### 300 árboles le dan vida al Parque Ecológico Cantarrana



Entre risas y manos llenas de tierra, 30 niños del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) de la localidad de Usme se unieron al Jardín Botánico de Bogotá este 18 de noviembre para plantar 300 individuos en el Parque Ecológico Cantarrana. En el desarrollo de la jornada se explicó a los participantes cómo plantar un árbol y los beneficios en el territorio.

**Título de la nota:** 300 árboles le dan vida al Parque Ecológico Cantarrana

**Fecha:** 24/11/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/175-300-arboles-le-dan-vida-al-parque-ecologico-cantarrana>

## Anexo Q: con abono orgánico revive el humedal tibanicá.

### Con abono orgánico, revive el humedal Tibanica



Cerca de 35 niños, jóvenes y adultos beneficiarios del comedor comunitario Manzanares, junto al Jardín Botánico de Bogotá, recolectan los residuos orgánicos que son desechados y se usan para mejorar la calidad del suelo y el mantenimiento de los árboles del humedal Tibanica.

**Título de la nota:** Con abono orgánico revive el humedal Tibanicá

**Fecha:** 23/11/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/174-recibimos-mencion-de-honor-en-el-premio-nacional-de-ciencia-abierta>

## Anexo R: el Jardín da vida a especies nativas que fortalecen la flora de Bogotá.

El Jardín da vida a especies nativas que fortalecen la flora de Bogotá



Las variaciones del clima, las condiciones del suelo y la intervención del hombre en el hábitat, han puesto en grado de amenaza algunas especies nativas de Cundinamarca. Estas alteraciones han motivado a que el Jardín Botánico de Bogotá trabaje por propagar individuos como mano de oso, frailejón plateado, espiro de oro y bordoncillo a través del método tradicional e in vitro.

**Título:** El Jardín da vida a especies nativas que fortalecen la flora de Bogotá

**Fecha:** 04/12/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/184-el-jardin-da-vida-a-especies-nativas-que-fortalecen-la-flora-de-bogota>

## Anexo S: Jardín Botánico trabaja por recuperar el roble colombiano

Jardín Botánico trabaja por recuperar el roble colombiano



Conocido como el rey de la selva o de bosque andino, el roble colombiano es un árbol que se caracteriza por ser una especie dominante y endémica de la región, pues cuenta con una constante interrelación con el ambiente. Además, sus frutos atraen a las abejas, ardiillas, venados y otras especies fundamentales para los ecosistemas. Sin embargo, actualmente el roble se encuentra en alto grado de amenaza.

**Título:** Jardín Botánico trabaja por recuperar el roble colombiano

**Fecha:** 06/12/2017

**Link:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/noticias-del-jardin/item/185-jardin-botanico-trabaja-por-recuperar-el-roble-colombiano>

## Anexo T: biodiversidad tema principal en socialización de investigaciones









YouTube



#HoyeandoAlJardín Capítulo 2: ¿Qué hace la Subdirección Técnica Operativa?

507 visualizaciones 👍 17 👎 0 COMPARTIR ⋮

 **Jardín Botánico de Bogotá**  
Publicado el 18 oct. 2017

[SUSCRIBIRSE 2,1 MIL](#)

YouTube



#HoyeandoAlJardín Capítulo 4: ¿Qué hace la Subdirección Educativa y Cultural?

388 visualizaciones 👍 6 👎 0 COMPARTIR ⋮

 **Jardín Botánico de Bogotá**  
Publicado el 1 nov. 2017

[SUSCRIBIRSE 2,1 MIL](#)

[#HoyeandoAlJardín](#) es nuestra estrategia para el ejercicio de Rendición de cuentas.

Anexo X: actualización base de datos de periodistas.

Base de datos General Periodistas					periodista2@bb.gov.co
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda					Comentarios Compartir
fx					
	A	B	C	D	E
1				NOMBRE	CORREO
15	Radio	Antena 2	BOGOTA	María Cristina Ardila	lganadora@rcnradio.com.co
16	Radio	Radionica	BOGOTA	Felipe Reyes	jreyes@rtvc.gov.co
17	Televisión	Caracol TV	BOGOTA	Christian Cubillos	
18	Prensa	ADN	BOGOTÁ	Kenly Olaya	Kenola@eltiempo.com
19	Digital	ADN	BOGOTÁ	Diego Narváez	dienar@eltiempo.com
20	Prensa	ADN	BOGOTÁ	Valeria Cuevas	valcue@eltiempo.com
21	Prensa	ADN	BOGOTÁ	Andrés Viveros	andviv@eltiempo.com
22	Prensa	ALCALDIA DIGITAL	BOGOTÁ	Libian Barreto	libianb@hotmail.com
23	Freelance	Inactiva	BOGOTÁ	Paola Páez	gpaolapi@gmail.com
24	Radio	CAR	BOGOTÁ	Diana Molina	molinadiana@hotmail.com; dmolinav@car.gov.co
25	Radio	Caracol Radio	BOGOTÁ	Erika Fontalvo	efontalvo@caracol.com.co
26	Institucional	Secretaría Integración Social	BOGOTÁ	Victor Gordillo	vichugo02@gmail.com
27	Medios comunitarios	Contacto TV	BOGOTÁ	Raimundo Molina	ramomo_7@hotmail.com; perfilengativa@gmail.com
28	Institucional	Presidencia de la República	BOGOTÁ	Fabian Yañez	archivonoticias@hotmail.com
29	Digital	Blu Radio	BOGOTÁ	Geovanny Quintero	gguinter@caracol.com.co
30	Freelance		BOGOTÁ	María Paula Fonseca	mapaulafonseca@gmail.com
31	Freelance		BOGOTÁ	Jorge Patiño	jorgepatinomedina@gmail.com
32	Radio	Capital Radio	BOGOTÁ	Carlos Enrique Díaz	
33	Radio	RCN Radio	BOGOTÁ	Carlos Brand	cbrand@rcnradio.com.co; cabrafa@y
34	Revista	Semana	BOGOTÁ	José Hoyos	jhoyos@semana.com
35	Radio	Radio Red	BOGOTÁ	Giovanny Riaño	aunsolotoqueradio@gmail.com
36	Radio	Todelar	BOGOTÁ	Maria Jaramillo	mortizia69@gmail.com
37	Radio	Radio Nacional	BOGOTÁ	Luisa Piñeros	lpineros@rtvc.gov.co

## Anexo Y: entrevistas y fotografías tomadas en la salida de campo.

YouTube



**Alejandro Olaya**  
DIRECTOR DE COLCIENCIAS

Colciencias reconoce al JBB por trabajo en innovación

137 visualizaciones

7 0 COMPARTIR

Jardín Botánico de Bogotá  
Publicado el 29 nov. 2017

SUSCRIBIRSE 2,1 MIL



### **Bibliografía**

Annie, B. (1992). Comunicación y organización. *Ed. Paidós Empresa. Barcelona.*

Calero, L. (2005). Desarrollo de la comunicación externa en la empresa. *Sala de prensa, 3.*

Calvo Hernando, M. (2002). La divulgación científica en el nuevo milenio. *Encuentros Multidisciplinares.*

Campo, M. “Motores de la transformación del mapa de la comunicación: la revolución interactiva”. En Alberich, P., y Roig, A. (Coords.), Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC.

CASTILLO, A. (2010): Introducción a las relaciones públicas, España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).

Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet.* Ediciones AKAL.P,12.

Deleuze, G.; Guattari, F. (2005): *Rizoma (Introducción)*, Valencia: Pre-Textos

Fidler, Roger (1998). *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.

Hanssen, L.; Jankowski, N.; Etienne, R. “Interactivity from the perspective of communication studies”, en Jankowski, N.; Hanssen, L. (eds.): *The contours of multimedia. Recent technological, theoretical and empirical developments*, Luton: University of Luton Press, pp. 61-73.

Jardín Botánico de Bogota. Tomado de [://www.jbb.gov.co/](http://www.jbb.gov.co/)

Libaert, Thierry (2005). *El Plan de Comunicación organizacional*. Limusa. España, pp 185-171.

López, X. et alii (2005): “Medios digitales de Galicia: ¿versiones de los diarios impresos o cibermedios?”, en VII Congreso de la Sociedad Española de Periodística. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 616-636.

Margaix-Arnal, D. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El profesional de la información*, 16(2), 95-106.

Meso Ayerdi, K. (2002). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital. *Revista latina de comunicación social*, 5(51).

Montero, F. V. (2006). Cambio de Mirada en las organizaciones. *Comunicación en 360 grados. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (93), 62-65.

Nafría, I. (2007). *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*. Gestión 2000. p.9.

Pastor Ruiz, F. (2002). Periodismo científico y Documentación: estrategia y herramientas de búsqueda. *Mediatika: cuadernos de medios de comunicación*, 8, 207-218.

Rost, A. (2006): La interactividad en el periódico digital, Tesis doctoral presentada en la Universitat Autònoma de Barcelona.

Sádaba Chalezquer, M. R. (2000): "Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la WorldWideWeb", *Comunicación y Sociedad*, vol. xiii, nº 1, Pamplona: Universidad de Navarra, pp. 139-166.

Salaverría, R.; Negredo, S. (2008): *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*, Barcelona, Sol 90 Media. P.68 (NU.CEPAL., 2016) Estado de la banda ancha en América Latina y Caribe.

Sánchez Sánchez, D. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4 (1), 67-73.

Santiago Campión, R., & Navaridas Nalda, F. (2012). LA WEB 2.0 EN ESCENA. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (41).

Trelles, I. (2001). *Comunicación Organizacional, Selección de lecturas*. La Habana: "Félix Varela" p.127.

Vilariño Picos, M. T.; Abuín González, A. (2006): *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica*, Madrid: Arco/Libros.

WARD, J.; HANSEN, K. A. *Search Strategies in Mass Communication*. New York: Logman, 1997; 371 pp.

