

**USO DE MEDIOS DIGITALES EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ  
FERRERO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA**

**BELKIS YELSIRETH MONROY ESTRADA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL  
BUCARAMANGA – SANTANDER  
2019**

**USO DE MEDIOS DIGITALES EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ  
FERRERO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA**

**BELKIS YELSIRETH MONROY ESTRADA**

**ID: 000382093**

**Trabajo de grado en modalidad monografía para optar por el título de  
Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional**

**Directora**

**Zully Andrea Velazco Carrillo**

**Magíster en Comunicación Digital**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL  
BUCARAMANGA – SANTANDER  
2019**

## CONTENIDO

<b>Contenido</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>1. EL PROBLEMA</b> .....	9
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	9
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	10
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos .....	10
<b>2. MARCO REFERENCIAL</b> .....	11
Marco Teórico.....	11
Unidad 1: Visibilidad institucional (corporativo), fortalecimiento de intangibles (reputación, calidad y buen nombre).....	11
Unidad 2: Estrategia Gobierno en línea GEL.....	13
Unidad 3: Internet y sus inicios.....	15
Unidad 4: El social media y el gestor de comunidades virtuales .....	25
Unidad 5: Los medios digitales .....	29
Antecedentes .....	30
<b>METODOLOGÍA</b> .....	37
Enfoque.....	37
Diseño de investigación .....	37
Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	38
Diseño de instrumentos de recolección de información .....	40
Formato entrevistas a director, ingeniero y coordinadora de comunicaciones.....	46
Interpretación de la información .....	50
<b>Interpretación de datos recolectados</b> .....	52
Análisis Ficha de análisis de plataformas.....	52
Análisis de las entrevistas .....	53

Triangulación.....	57
Acciones propuestas para mejorar el uso de los medios digitales en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta .....	59
<b>CONCLUSIONES</b> .....	61
<b>Recomendaciones</b> .....	63
<b>CIBERGRAFÍA</b> .....	64
<b>ANEXOS</b> .....	69
<b>Publicaciones en medios digitales</b> .....	87
Actividades gratuitas que se realizan en la Sala General de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero. ....	88
Libros recomendados para leer .....	89
Concurso de fotografía realizado en torno a los 100 años de la Biblioteca Julio .....	89

## RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

**TITULO:** USO DE MEDIOS DIGITALES EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ FERRERO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

**AUTOR(ES):** Belkis Yelsireth Monroy Estrada

**PROGRAMA:** Esp. en Gerencia de la Comunicación Organizacional

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

### RESUMEN

Esta monografía tuvo como propósito analizar el uso de los medios digitales que hace la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de Cúcuta en el entorno web para la visibilidad de sus acciones como institución gubernamental, teniendo claro que gracias a los medios se pueden dar a conocer los servicios y mostrar la importancia que estas tienen, permitiendo un mejor reconocimiento de la organización en el mercado y de esta manera ofrecer a la comunidad diversas estrategias que contribuyan al mejoramiento de la entidad; asimismo, son consideradas como elementos de éxito en las empresas. Esta propuesta se llevó a cabo durante el segundo semestre de 2019; para esto se utilizó un diseño de investigación descriptivo, dado que este permitió analizar y describir los hechos como son observados, es el caso de las plataformas digitales de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, se observó el manejo actual de los diferentes medios usados sin necesidad de influir de ninguna manera.

### PALABRAS CLAVE:

medios digitales, biblioteca pública, cúcuta, comunicación digital

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## **GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** USE OF DIGITAL MEDIA IN THE PUBLIC LIBRARY JULIO PÉREZ FERRERO OF THE CITY OF CÚCUTA

**AUTHOR(S):** Belkis Yelsireth Monroy Estrada

**FACULTY:** Esp. en Gerencia de la Comunicación Organizacional

**DIRECTOR:** Zully Andrea Velazco Carrillo

### **ABSTRACT**

The purpose of this research monograph was to analyze the use of digital media by the Julio Pérez Ferrero de Cúcuta Public Library in the web environment for the visibility of its actions as a government institution, being clear that thanks to the media they can make themselves known the services and to show the importance that these have, allowing a better recognition of the organization in the market and in this way to offer to the community diverse strategies that contribute to the improvement of the entity; They are also considered as elements of success in companies. This proposal was carried out during the second half of 2019; For this, a descriptive research design was used, since this allowed analyzing and describing the facts as they are observed, in the case of the digital platforms of the Julio Pérez Ferrero Public Library, the current management of the different media used without need was observed to influence in any way.

### **KEYWORDS:**

digital media, public library, cucuta, digital communication

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## INTRODUCCIÓN

La importancia de implementar los medios digitales en una organización no sólo responde a ser visibles en el mundo empresarial y digital, sino que también contribuyen en agilizar, mejorar y encontrar diversas oportunidades que en ocasiones no son reconocidas por los usuarios de la institución.

La presente investigación busca analizar la implementación de los medios digitales en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero. Se parte de la premisa de que estos permiten iniciar relaciones más interactivas con el público objetivo e ir las perfeccionando poco a poco, es el caso de las diferentes redes sociales existentes que hoy día son utilizadas como un canal de comunicación.

Actualmente, las organizaciones que hacen uso de los medios digitales pueden dar a conocer los servicios y mostrar la importancia que estas tienen, y no es la excepción para la Biblioteca Departamental en Norte de Santander, Julio Pérez Ferrero. En ciertas organizaciones y empresas se tiende a implementar la presencia digital, pues evidencian en sus competidores grandes progresos cuando muestran cada labor que realizan; estas permiten un mejor reconocimiento de la organización en el mercado y de esta manera brindan a la comunidad diversas estrategias que contribuyan al mejoramiento de la entidad; asimismo, son consideradas como elementos de éxito en las empresas.

Ahora bien, los medios digitales existentes están a la vanguardia para que sean utilizados de forma adecuada y de esta manera involucrar el desarrollo, la calidad del servicio hacia los clientes o usuarios para que pueda existir una mayor ventaja competitiva. Esta investigación beneficia de forma directa a la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero como institución cultural, porque los medios digitales son estrategias innovadoras que dan la posibilidad a los usuarios de tener un acceso cómodo y rápido de los servicios que se prestan para contribuir al desarrollo de la misma. Además, se logra mejorar la relación de comunicación con el público externo y propender por una mayor eficiencia en visibilizar los servicios y proyectos que se

realizan dentro de la organización como espacio patrimonial del departamento nortesantandereano.

Revisar el uso que se le da a los medios digitales como propuesta de trabajo de grado, permitirá obtener nuevos saberes referentes al tema y reafirmar los conocimientos previos aprendidos en este escenario académico, ya que por medio de esta indagación también se pondrá en práctica cada uno de los conceptos vistos anteriormente en la línea de las asignaturas digitales y de marketing. Esto es un deber que toda organización tiene en la era actual, sin importar la clasificación empresarial que la caracterice.

## **1. EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El uso de los medios digitales en una organización no debe ser una opción de poner o no en práctica, sino que representa un deber que contribuye simultáneamente tanto a la institución como al usuario, a los funcionarios, sus familias y a la comunidad en general para estimular a los seguidores a interesarse por la biblioteca, compartir experiencias de la nueva cultura digital, hacer visibles las actividades y servicios que se brindan.

El uso de los diferentes medios digitales que maneja la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero (redes sociales, página web) como entidad gubernamental, es un asunto que permite que la misma exteriorice los trabajos realizados y refleje ante la sociedad, a una organización de compromiso y seriedad con las acciones que son realizadas ya que demuestra la capacidad que se tiene para prestar servicios y solucionar problemáticas que se presentan día a día.

Teniendo en cuenta que su misión es el desarrollo social y cultural de la comunidad nortesantandereana y fronteriza, entre ellas, el promover bienes y servicios de calidad conectados con las nuevas tecnologías, les conduce a hacer un uso adecuado de las plataformas digitales con las que cuenta hoy por hoy el mundo web. Estos retos van ligados a estrategias gubernamentales que se direccionan desde el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicación, MINTIC, entre las que se pueden mencionar la Estrategia de Gobierno en Línea, GEL, la cual obliga a fomentar el desarrollo de una sociedad lectora que utiliza para su bienestar, crecimiento de la información y el conocimiento.

Por otra parte, el uso de los medios digitales dentro de una entidad permite conocer las ventajas que traerá para la organización ya sea generando una variable competitiva, un factor de éxito que se da con terceros y el compromiso ético que

tiene dentro de una sociedad. Además, permite la toma de decisiones que contribuirán positivamente en el desarrollo de la entidad.

Asimismo, cuando la empresa emplea los medios digitales le da una imagen positiva a la organización y de esta manera se vuelve más atractiva para la población que usa los servicios de la empresa, por su compromiso social; además, por tratarse de una organización que haga buen uso y que se caracterice por estar lejos de prácticas sociales irresponsables en el mercado.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo se hacen visibles las acciones emprendidas por la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de Cúcuta en los medios digitales?

## **OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS**

### **Objetivo General**

- Analizar el uso de medios digitales que hace la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de Cúcuta en el entorno web para la visibilidad de sus acciones como institución gubernamental.

### **Objetivos Específicos**

- Describir los diferentes medios digitales con los que cuenta la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de Cúcuta.
- Identificar el uso que se le da a los medios digitales en favor de la visibilidad de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de Cúcuta.

- Evidenciar las ventajas y desventajas a partir de la información obtenida en cuanto al uso de medios digitales en la visibilidad de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de Cúcuta.

## **2. MARCO REFERENCIAL**

### **Marco Teórico**

#### **Unidad 1: Visibilidad institucional (corporativo), fortalecimiento de intangibles (reputación, calidad y buen nombre)**

Grandes cambios se han evidenciado en el manejo de las comunicaciones en las organizaciones, independientemente de su naturaleza. Uno de ellos es la visibilidad o la forma en que la empresa hace extensión institucional. Internet ha contribuido en la mejora de los procesos comunicativos, adoptando a las páginas web, blogs, redes sociales y otras plataformas para su beneficio.

Es así como, el mundo digital ha permitido a las empresas tener un espacio no solo para mostrarse sino para interactuar con sus públicos de interés y propiciar nuevas formas de comunicación y ventas, cierre de negocios, entre otras actividades vitales para la consolidación de la misma.

Aquí es cuando juega un papel importante la web 2.0 al permitir a través de plataformas como páginas web, blogs, redes sociales y otras, alcanzar los objetivos marcados, utilizando herramientas adecuadas para optimizar las acciones, analizar las interacciones y medir los resultados. Para ello, se hace indispensable el desarrollo de una propuesta estratégica digital que permita la visibilidad institucional, aspecto fundamental a la hora de dar a conocer estas acciones, tal

como lo manifiesta cuando aseguran que esto “permite incrementar el manejo y difusión de toda la información en la web a los cibernautas”.<sup>1</sup>

## **El valor de los intangibles**

Una empresa debe comprender que para visibilizar sus acciones en el entorno web puede basarse en los intangibles que le dan valor a la organización, abordando el buen nombre, la identidad, la cultura y su reputación, con lo que trabajan para mostrar a sus públicos estos valores que le dan fuerza a la organización.

Esta reputación corporativa es basada en el reconocimiento que los *stakeholders* de una compañía hacen de su comportamiento corporativo a partir del grado de cumplimiento de su compromiso con relación a sus clientes, empleados, accionistas, y a la comunidad, genera valor y por lo tanto esta debe ser gestionada y comunicada<sup>2</sup>.

Villafañe en su obra *La buena reputación* expone los diferentes intangibles que caracterizan a una empresa u organización. Así como se desea fortalecer la reputación con diferentes estrategias, también se demuestra la importancia de la marca, ya que esta es definida como uno de los capitales de cualquier empresa y sus diferentes públicos de interés.

Por otra parte, la cultura corporativa está relacionada con las actitudes, valores y creencias que tiene el público interno de una organización, que hacen de su identidad corporativa la personalización del comportamiento individual y de las relaciones interpersonales que todos reflejan.

---

<sup>1</sup>HUBBARD Y LYNCH. La visibilidad de los recursos académicos. Una revisión crítica del papel de los repositorios institucionales y el acceso abierto (2003).

<sup>2</sup> VILLAFAÑE, Justo 2004. La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas, Madrid: Pirámide 2004. Citado por Lozanon Antonio. En comunicación (2005).

## Unidad 2: Estrategia Gobierno en línea GEL

Según el Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones<sup>3</sup>, Mintic, la Estrategia de Gobierno en Línea, GEL, es considerada un eje estratégico del buen gobierno, porque procura un Estado más eficiente, transparente y participativo que preste mejores servicios con la colaboración de toda la sociedad; dando la posibilidad de mejorar la calidad de la información de las diferentes entidades públicas en sus sitios web y la apertura de espacios de participación.

Para cumplir con estos propósitos se han incorporado tres herramientas transversales a la Estrategia: en primer lugar, el sello de excelencia en Gobierno en línea, que busca generar confianza de los ciudadanos en el uso de los servicios que ofrece el gobierno; en segunda instancia, el mapa de ruta, que permitirá enfocar y priorizar las acciones de mayor impacto en la calidad de la relación del ciudadano con el Estado; y por último, el Marco de Referencia de Arquitectura Empresarial, que se integra a la Estrategia con el fin de orientar sobre mejores prácticas, guías y estándares que facilitarán el uso adecuado de la tecnología para soportar los diferentes servicios a las entidades y el cumplimiento de su misión<sup>4</sup>.

GEL, como método estratégico, permite dar a conocer la información pertinente frente al Estado, cumpliendo diferentes objetivos tales como disminuir la pobreza, aumentar la seguridad y el empleo. Desde el 2015, esta iniciativa se ha renovado a nivel nacional y para el 2016 y 2017, en el ámbito regional.

Para su ejecución, las entidades contarán con sedes electrónicas donde se dispondrá del acceso multicanal a toda la información, observando las condiciones de accesibilidad, visibilidad, calidad, seguridad, reserva y privacidad. El crear

---

<sup>3</sup> Estrategia Gobierno en línea. 2012 – 2015 Para el orden nacional 2012 – 2017 Para el orden territorial

<sup>4</sup> Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Manual de Gobierno en Línea (2018).

políticas y estrategias con la participación electrónica de actores clave, existirán las condiciones para que terceros creen nuevos servicios que generen valor a la ciudadanía.

Según el Decreto 2693 de 2012 los componentes de la estrategia GEL se derivan de la evolución de fases contempladas en el Decreto 1151 de 2008, teniendo en cuenta que está conformado por:

**Elementos transversales:** comprende las actividades que se deben implementar en las entidades, y así conocer los diferentes grupos de usuarios y las necesidades que tiene el mismo, abordando la política de seguridad como parte de la cultura organizacional.

**Información en línea:** actividades a desarrollar para que las entidades dispongan de los diferentes tipos de usuarios ante un acceso electrónico y a toda la información relativa a su misión, planeación estratégica, trámites y servicios.

**Interacción en línea:** comprende todas las actividades para que las entidades habiliten herramientas de comunicación de doble vía entre los servidores públicos, organizaciones, ciudadanos y empresas. Aspectos: Habilitar espacios electrónicos para interponer peticiones y habilitar espacios de interacción.

**Transacción en línea:** actividades para que las entidades dispongan sus trámites y servicios para los diferentes tipos de usuarios, los cuales podrán gestionarse por los diferentes medios electrónicos.

**Transformación:** actividades para que las entidades realicen cambios en la manera de operar para eliminar límites entre sus dependencias y con otras entidades públicas.

**Democracia en línea:** actividades para crear un ambiente de empoderamiento a los ciudadanos e involucrarlos en el proceso de toma de decisiones, como la de un estado totalmente integrado en línea.

Para implementar el nuevo modelo de Gobierno en Línea, se tiene en cuenta una planeación y unos plazos, ya que esta estrategia debe ser incorporada por parte de las entidades de forma transversal dentro de sus planes estratégicos sectoriales e institucionales, definiendo actividades, responsables, metas y recursos presupuestales que les permitan dar cumplimiento a los lineamientos que se establecen en el gobierno.

El modelo de Gobierno en Línea se debe implementar teniendo en cuenta el cumplimiento de metas de las políticas de Desarrollo Administrativo, las cuales dan la posibilidad de crear niveles de madurez que se enuncian como un estado de evolución de la implementación de la estrategia, sirviendo como referente para establecer el avance en términos generales en los componentes: inicial, básico, avanzado y mejoramiento permanente.

### **Unidad 3: Internet y sus inicios**

Gracias a la creación de diversas computadoras alrededor del año 1950 el Internet empezó a funcionar con el apoyo de la Agencia de Proyectos de Investigación, ARPANET, que junto con algunos laboratorios en Estados Unidos, Reino Unido y Francia, facultaron los primeros pasos de conexión entre computadoras, abordando las tendencias de los próximos años para la aplicación de la realidad virtual a la web, y posteriormente, la consolidación del Internet de las cosas haciendo que los diferentes ordenadores se comunicaran en una sola red.

Alejandro Piscitelli<sup>5</sup> en su libro *Internet: la imprenta del siglo XXI*(2005), afirma que ya son 10 años de existencia de la web (a la fecha de este artículo, aún más), que se suma a otras formas de comunicación, siendo esta última empleada desde

---

<sup>5</sup> PISCITELLI, Alejandro. Internet: La imprenta del Siglo XXI. Gedisa.Barcelona.2005.

antepasados que han hecho uso de este proceso, utilizando la piedra, el papel y recientemente los soportes electromagnéticos.

Las tecnologías avanzan tan aceleradamente que a diario se ven en la obligación de investigarlas, analizarlas, comprenderlas y sobre todo de establecer normas y políticas para su correcto funcionamiento. Por eso Internet como espacio debe ser mapeado y analizado constantemente. Es así como se ha convertido en el medio de comunicación que más se utiliza para interactuar con personas a nivel mundial.

Hoy todo cambia de manera rápida y se evidencia en la capacidad de atención que tienen las personas para apropiarse de herramientas digitales y aumentar su inteligencia. Esto implica diversas competencias que ayuden a profundizar en cuanto a la comprensión, asociación y alfabetización de las personas que se encuentran en el entorno web.

En 1985, Internet era una tecnología establecida, aunque conocida por unos pocos. El autor William Gibson<sup>6</sup> hizo una revelación con el término **ciberespacio**, que en ese momento hacía alusión a la red textual, así que el autor se basó en los videojuegos y con el tiempo la palabra terminó siendo sinónimo de Internet.

Esta red de redes dio origen a diferentes entornos donde convergen las personas y nuevos escenarios para la participación ciudadana, entre los que se destacan el concepto de cibercultura, catalogado como una relación entre la tecnología y la cultura, siendo el escenario en el que se gestan las acciones de ciudadanos quienes aprenden cosas nuevas tanto en el ámbito social como individual. Es aquí donde la persona decide lo que toma para implementarlo en la vida cotidiana.

*“La cibercultura es definida como un campo de estudio a partir del cual es posible comprender las transformaciones culturales ligadas a la introducción de tecnologías*

---

<sup>6</sup>GIBSON William, Computación Aplicada al Desarrollo SA de CV. (2010).

*digitales en las sociedades contemporáneas y, en particular, en las del denominado Tercer Mundo, a través de relaciones complejas de entramados tecnosociales, en tres ámbitos, a saber: el ejercicio del poder, la acción social colectiva y la experiencia estética”<sup>7</sup>*

*Esta permite la interacción por medio de dispositivos para explorar los diferentes espacios virtuales, como lo son las páginas webs, blogs, redes sociales; que gracias a estos medios ha sido posible comunicarse con personas que se encuentran en otros lugares geográficos, estudiar sin necesidad de asistir a un aula física, trabajar sin la obligación de asistir a la organización; ya que gracias a la cibercultura ha sido posible eliminar las barreras de distancia y tiempo.*

El Internet como espacio abierto a todo tipo de público brinda diferentes técnicas y estrategias para aprender lo que un usuario desea, ya que con videos, lecturas, juegos y audios da la posibilidad de apropiarse para luego transmitir información y generar nuevo conocimiento, así como desarrollos sociales, políticos y económicos, que desencadenan en el concepto de la cibercultura.

El neologismo cibercultura, según el pensador de la tecnociencia, Pierre Levy, se refiere al "conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio"<sup>8</sup>. La cultura, además de tener carácter simbólico, también cuenta con ciertos componentes, como las conexiones y dispositivos electrónicos que contribuyen a generar el crecimiento del ciberespacio.

Levy<sup>9</sup> manifiesta que el ciberespacio es entendido como la red, es decir, el nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores, y designa también el oceánico universo de informaciones que

---

<sup>7</sup> RUEDA, Rocío. Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red (2008).

<sup>8</sup> PIERRE, Levy. La cultura en la era del ciberespacio. Cibercultura. La cultura de la sociedad digital (2007)

contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan”. Todas las culturas son diferentes, por ende, ninguna es mejor que otra ya que la idea es aprender del entorno y conocer lo que caracteriza una de la demás. Hoy se tiene la posibilidad de los medios digitales y el ciberespacio para aprender de las culturas, sin necesidad de ser parte de esta o convivir dentro de la misma; por eso, se generan nuevas interacciones sociales y se rompen las fronteras geográficas. Asimismo, se crean las TIC, como oportunidades de desarrollo y aprendizaje.

La cibercultura y el ciberespacio están aliados, dado que el primero se desarrolla conjuntamente con el segundo, facilitando los diferentes entornos simbólicos digitales, además de ser una estrategia para construir una sociedad más participativa, informada y colaborativa.

Cibercultura se refiere además a los modos de vida en el ciberespacio o a los estilos de la misma, en donde este último es una matriz de prácticas integradas y representaciones. Evidencia cómo la gente y las tecnologías digitales interactúan<sup>10</sup>.

Para hablar de comunicación digital es importante fraccionar el concepto abordando primero la comunicación proveniente del latín *comunicare* que significa poner o puesto en común, de acuerdo con Flores de Gortari<sup>11</sup>. Esta nace de una necesidad del ser humano para la transmisión de un mensaje y es un proceso inherente a la vida de las personas permitiendo compartir ideas, pensamientos ya sean actuales o de un pasado; es una herramienta que facilita el desarrollo del individuo dentro de un entorno. Y por otra parte, según Philip Kotler<sup>12</sup> ser «Digital» es más que ser una empresa en internet. Es aprovechar los medios digitales, ante ello se pueden hacer muchas cosas aprovechando los medios actuales.

---

<sup>10</sup> BELL, David. Cibercultura y ciberespacio (2007)

<sup>11</sup> Flores De Gortari, S. Y Orozco Gutiérrez, E. (1998). Hacia una comunicación administrativa integral”

El ciberespacio de la comunicación digital ha dejado huellas a través de la década del nuevo siglo, esto debido a las necesidades comunicativas de espionaje de la Guerra Fría, pero que en el ámbito comercial mantuvo reservado durante varios años hasta el epílogo del siglo XX. Gracias a la llegada de las nuevas tecnologías ha permitido que los medios de comunicación tradicionales pasen a una segunda etapa; la radio y la televisión deben modificar la forma de transmisión para no perder audiencia, para eso se incentiva a explorar la vía Internet, y así aprender sobre lo que cause curiosidad en conocer.

Siendo la comunicación digital un fenómeno dinámico, globalizado y convergente, no es fácil pensar en un marco regulatorio de orden internacional que se anticipe efectivamente a los cambios y a las novedades ofrecidas por los avances tecnológicos y las estrategias de las empresas con el fin de controlar la avalancha de nuevas modalidades y configuraciones industriales derivadas de la comunicación digital<sup>13</sup>.

El hombre del siglo XXI, es definido como un ser más visual que oral, ya que ha estado conectado con el ámbito virtual desde que son niños, esto por las altas tecnologías que están a la mano y son uno de los primeros juguetes con los que interactúa un niño: la tecnología.

A medida que avanza la tecnología, existen diferencias que marcan las generaciones vinculadas en el mundo digital, ya que acorde a la fecha de nacimiento y disposición a los nuevos medios, estos fueron clasificados.

- Generación “Baby Boomers”: (1943 – 1960)

---

<sup>13</sup>PICARD, (2002). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo

“Se caracterizan por su trayectoria, dedicación y compromiso con el trabajo para lograr una buena posición económica, creen que el trabajo duro es el precio a pagar para tener éxito”.<sup>14</sup>

En esta época de la posguerra la tasa de natalidad fue bastante amplia, las personas son caracterizadas por su optimismo y el trabajo en equipo, porque creen que ayudar al prójimo contribuye a la felicidad. Además, sus fuentes de ingreso son por medio del trabajo manual como la pesca, costura y cocina, labores que hacen a diario para suplir sus necesidades diarias.

- Generación X: (1961 – 1981)

Quienes son de esta generación se diferencian por la independencia y responsabilidad, buscan la estabilidad económica por eso se mantienen en una empresa durante años para lograr ser reconocidos por su experiencia y tener la posibilidad de ascender al puesto del director. Minolli<sup>15</sup> afirma que esta generación pertenece al “paradigma de la modernidad líquida”, para ellos nada es seguro, no existen las certezas y todo está en constante cambio.

- Generación Y: (1982– 1994)

Se dice que esta es la generación de las redes sociales porque constantemente tienen contacto directo. También se evidencia el interés de aprender cosas nuevas a diario y desarrollarse en diversos ámbitos profesionales porque siempre desean estar a la vanguardia en los puestos de trabajos presentados.

Además, se conoce con una terminología más reciente “generación app” por el uso que hacen los jóvenes de la tecnología, app hace referencia a las aplicaciones y programas informáticos que se encuentran en los dispositivos

---

<sup>14</sup> Casanore D (2014). Generación “Y” El gran desafío en el mundo del trabajo. MINOLLI, C (2012).

<sup>15</sup> Casanore D (2014). Generación “Y” El gran desafío en el mundo del trabajo. MINOLLI, C (2012).

móviles. Estos permiten realizar varias operaciones al mismo tiempo y navegar de forma rápida desde cualquier punto en que se encuentren las personas.<sup>16</sup>

- Generación Z: (1995– Hasta el día de hoy)

Las personas de esta generación conocen sobre todos los dispositivos tecnológicos y la realidad virtual, dado que a temprana edad su forma de entretenimiento han sido los medios digitales y las fotografías han sido publicadas

El surgir de nuevas narrativas obliga a volcar la mirada hacia el pasado cuando escribir historias representaba tomar un papel que junto a un lápiz se convertían en los protagonistas de la narración, pero hoy gracias a la era digital, los medios convencionales pasaron a un segundo plano, haciendo narrativas de periodismo *online* y *procesos transmedia*, que con elementos tales como: videos, audios, imágenes fijas, entre otros, dan la posibilidad de generar mayor interés al receptor para que interactúe con el texto. La narración en línea permite una interacción colectiva donde el receptor pasivo se vuelve emisor porque también comunica desde diversos ámbitos.

El modelo narrativo requirió cultivar mejor las potencialidades de la creación digital. Una de las operaciones más importantes del sistema de producción ha surgido en la cultura cibernética <sup>17</sup>.

Jose Luis Orihuela<sup>18</sup> menciona en su libro *La transformación digital del periodismo* que la red aporta a la comunicación pública tres elementos que anteriormente no

---

<sup>16</sup> Howard Gardner y Katie Davis (2014). Casanore D (2014). Generación “Y” El gran desafío en el mundo del trabajo.

<sup>17</sup>MACHADO, El modelo narrativo. Manovich: 2001:140, Mielniczuck (2003).

<sup>18</sup>ORIHUELA J. La transformación digital del periodismo (2018)

estaban presentes en los medios tradicionales, como lo es la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad.

La interactividad es conocida como la capacidad de un sistema para que cualquiera de sus actores actúe sobre el propio sistema y sobre los demás, es el caso de poder escoger las páginas web a visitar, la forma en que va a leer el texto, la posibilidad de poder realizar preguntas o interactuar con el emisor de ese contenido o con otros usuarios lectores.

Existen varios tipos de interactividad:

- **Interactividad Selectiva:** tiene mayor posibilidad de búsqueda y recuperación de información, además de tener alternativas para seleccionar y administrar la información.
- **Interactividad comunicativa:** estos tienen mayor visibilidad por parte de los usuarios, mayor relevancia por las redes sociales y mayor interacción.
- **La hipertextualidad:** es el texto que contiene diferentes elementos para reafirmar o alimentar la información que se quiere dar a conocer; esto se hace por medio de enlaces.

También, de la estructura secuencial de la hipertextualidad, existe división de la estructura secuencial en tres: la jerárquica, en red y la mixta.

**La jerárquica:** facilita el seguimiento de los contenidos, así como las tareas de edición, la apertura a enlaces y la usabilidad de la digitalización, sirve de lleno en el paso del papel a la Web.

**En red:** facilita una conexión ágil. Se da demasiada libertad (desarrollando así problemas), se le favorece libertad y la máxima de la dualidad lector-autor.

**Mixta:** Goza de una mezcla de jerarquía y de estructura en la red, aprovechando las posibilidades de las dos, incluso la libertad. Es la más común en los diarios *online*.

Mientras que la multimedialidad es un término utilizado actualmente basado en el uso de las nuevas tecnologías en los textos, es decir introducir en nuestros contenidos imágenes, sonidos o videos que logren enriquecer el mensaje que se quiere dar a conocer. La implantación de la narrativa de producción social está siendo facilitada por las tecnologías de la información y la comunicación, las cuales están permitiendo el fortalecimiento de una llamada "inteligencia colectiva" que suscita la acción conjunta para el intercambio de conocimientos y las tomas de decisión y, por qué no, para la elaboración de noticias.<sup>19</sup>

Hay dos tipos de multimedialidad: por yuxtaposición y por la yuxtaposición se refiere a aquellas cláusulas oracionales que se colocan una *al lado* de la otra, sin ningún tipo de conector. En este sentido, se dice que dos oraciones se yuxtaponen cuando las separa, por ejemplo, un simple signo de puntuación; mientras por integración se definen como aquel tipo de composición donde los elementos multimedia poseen una unidad de discurso y pueden incluso ser consumidos de manera simultánea.<sup>20</sup>

La interconexión por medio de los diferentes enlaces de hipertexto, es definido como *World Wide Web, o www, ya que como conjunto de documentos da la posibilidad de poderse comunicar por medio de la tecnología digital*. El hipertexto aborda la mezcla de textos, gráficos y archivos de todo tipo. Se aclara que el Internet y la web no son sinónimos, dado que la primera es la red de redes que como conjunto amplio permanece toda información como espacio de aprendizaje, a diferencia la web es

---

<sup>19</sup> LÉVY (2004). CALDEVILLA David, Revista de Comunicación de la SEECI. (noviembre 2014). Impacto del TIC y el 2.0: consecuencias para el sector de la comunicación.

<sup>20</sup>SALAVERRÍA (2001). Hipertextualidad, Interactividad y multimedialidad

un subconjunto del Internet que domina información a la que es posible acceder haciendo uso de un navegador.

Con el pasar del tiempo se ha evidenciado que la web ha evolucionado constantemente, ya que desde que nació el Internet no ha dejado de cambiar y perfeccionarse acorde a las necesidades y gustos de los usuarios. Todo empezó con la web 1.0 pero hoy día ya se muestra la web 4.0, dando inicio desde 1990 hasta 2016, pero que ya se encuentra mejorado permitiendo mayor interacción con retroalimentación.

En la web 1.0 (1990) solo se podía consumir contenido, es decir sin posibilidad de interacción. Esta era utilizada por personas conectadas haciendo uso solo del Internet y solo está permitida la lectura, el usuario es un personaje pasivo que solo recibe la información, sin tener la posibilidad de publicarla.

El nacimiento de la web 2.0 para el año 2004 permitió la implementación de foros, blogs, comentarios y redes sociales y a su vez la posibilidad de compartir información. El autor O'Reilly<sup>21</sup> utilizó este término para hacer referencia a una segunda generación de tecnologías web, fomentando la colaboración y el intercambio efectivo de información.

Así como avanza la tecnología, el grado de complejidad también lo hace, teniendo en cuenta su extensión, se ve que la Red Universal Digital (RUD) hace que la infraestructura tecnológica sobre la que se desarrolla el Nuevo Entorno Tecnosocial y de la cual emergen sus propiedades características se dé la posibilidad de

---

<sup>21</sup> O'Reilly. Comunidades Virtuales (2019)

enriquecer tanto las experiencias como el conocimiento que los ciberusuarios requieren. La web 3.0 que aparece para el año 2010 y está asociada a la web semántica (uso de lenguaje en la red) para enriquecer la experiencia de las personas agregando conocimiento del contexto en la web geoespacial, la autonomía respecto del navegador.

Por su parte, la web 4.0 que se evidencia hacia el 2016, ofrece comportamiento inteligente como es el caso de diferentes acciones de interacción, donde la respuesta es inmediata a lo que se desea. A esta web se llega gracias a la evolución de la tecnología. Las empresas como Google, Microsoft o Facebook, entre otras, estarán desarrollando nuevos sistemas capaces que den la posibilidad de procesar mayor la información.

#### **Unidad 4: El social media y el gestor de comunidades virtuales**

Anteriormente la calle, el teléfono y ciertos espacios de la ciudad eran los encuentros para conocer las personas, sus gustos, profesiones y demás, pero hoy día gracias al Internet como medio de comunicación se ha formado las comunidades virtuales. Como lo menciona el autor Manuel Castells<sup>22</sup>, actualmente el Internet está relacionado estrechamente con la familia, el trabajo y la vida cotidiana de las personas, dado que se pasa la mayor parte del día frente a pantallas electrónicas.

El *social media manager* es el encargado de generar diferentes estrategias web, para lograr cumplir los objetivos que tiene una empresa u organización con los medios digitales; ya que estos brindan la posibilidad de tener mayor interacción con los cibernautas, porque son estos los interesados en conocer cada una de las acciones que se programan.

El monitorizar las plataformas, analizar la evolución de los principales competidores, conocer la situación dentro del mercado; son unas de las funciones que debe tener

---

<sup>22</sup> CASTELLS Manuel: Internet y la sociedad red (2000)

un profesional en los medios digitales, porque gracias a ellos se logra mostrar de manera estratégica y dinámica los diferentes servicios y/o productos que se muestran.

En una empresa es de relevancia tener a una persona encargada del Social Media Manager, porque el contribuye en diseñar y ejecutar la estrategia online en el lugar donde se encuentre laborando, tomando la decisión de manifestar las acciones que realizarán en cada momento para lograr tener un mayor impacto hacia la comunidad virtual.

Una comunidad es definida como el conjunto de personas que se relacionan bajo ciertas costumbres y/o creencias que las caracterizan. Las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la red cuando una cantidad significativa de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante bastante tiempo, consuficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético<sup>23</sup>.

La comunidad virtual da la posibilidad de vincularse de manera rápida a cualquier lugar, con la idea de discutir, interactuar y aprender diversas temáticas con personas que también comparte los mismos gustos; por eso se dice que hoy por hoy primero se conoce a las personas y después sí se opta por encontrarse y tener mayor interactividad personalmente.

---

<sup>23</sup>RHEINGOLD Howard (1994). Comunicación interpersonal digital y nuevas formas de comunidad. Reflexiones sobre la comunicación pos-masiva

Existen cuatro tipos de comunidades, según como lo plantean los autores Armstrong y Hagel, <sup>24</sup>entre esas se abordan:

**Comunidades de transacción:** Facilitan la compra y venta de productos y servicios. El usuario tiene la posibilidad de elegir lo que desea.

**Comunidades de interés:** Las comunidades están centradas en un tema en específico.

**Comunidades de fantasía:** Se brinda el espacio para que los usuarios imaginen, sueñen y creen el personaje que les hubiera gustado ser en la vida real.

**Comunidades de relaciones sociales:** es posible expresar y compartir lo que se desea, teniendo en cuenta los problemas personales que el usuario haya tenido.

Las comunidades virtuales desean ver y conocer las diferentes páginas web que están a disposición en el entorno digital, para conocer los productos o servicios que se ofrecen y así saber el nivel de interés por ser parte de la empresa de manera directa o indirecta.

Por eso, si se anhela dar a conocer una corporación a nivel mundial, mostrarle el grado de prestigio y calidad, tener ventaja competitiva y tarjeta de presentación, es necesario que se tenga una página web; ya que como espacio web ayuda a incrementar la visibilidad de los servicios que se ofrecen ante una comunidad en general y se muestra lo que es y lo que hace este lugar a diario. Se demuestra que el tener sitio web de un lugar, contribuye positivamente con el éxito del mismo, dado que genera relevancia en el día a día, esto debe ser independiente al tamaño de la empresa, ya que esto se hace principalmente para aumentar el reconocimiento, la productividad y saber llegar masivamente a los usuarios. Gracias a las redes

---

<sup>24</sup> AMSTRONG Y HAGEL. Clasificación de Hagel y Armstrong sobre las comunidades virtuales (2008).

sociales se puede llegar a un gran número de personas, otorgando prestigio y credibilidad del lugar.

Como estrategia para hacer crecer una empresa se utilizan las redes sociales, porque con ciertas acciones profesionales de un *community manager* se logra potencializar los negocios de manera fácil, sencilla y de manera gratuita. Además, permite tener relaciones con los clientes y usuarios que gusten de lo que la empresa ofrece.

Existen diferentes redes sociales y cada una tiene sus características para ser utilizada; para esto es necesario conocer e interactuar con el público al que se quiere llegar, invertir en el contenido que se desea mostrar, mostrar experiencias y el trabajo que tiene la empresa constantemente y como última y no menos importante medir y analizar los resultados que arrojan las páginas, para así saber las estrategias que se deben implementar para mejorar la red social trabajada.

El contenido a publicar en las redes sociales es la manera como se pueden mantener informados a los usuarios acerca lo que ofrece la empresa, esto como estrategia es lo que hace que la empresa sea diferente a los competidores, por lo cual se quiere que los clientes siempre lo escojan como prioridad, por eso se aconseja desarrollar contenidos entretenidos para generar mayor audiencia, dado que esto se convierte en la materialización de la estrategia digital de una marca a través de contenidos de calidad, para así posicionarlo en la mente de los usuarios.

## Unidad 5: Los medios digitales

Todo evoluciona y los medios no son la excepción. Por eso, las tecnologías digitales permiten que el usuario ya no sea pasivo, sino activo ante las redes además de convertirse en emisor y enviar mensaje a otros receptores para lograr el Feed-Back.

El autor Mc Luhan<sup>25</sup> menciona que las generaciones de hoy tienen mayor conocimiento para aplicar los ejercicios frente a la pantalla digital, dado que estos medios cumplen funciones informativas y que además no es cubierto por los medios tradicionales.

“La preocupación se centra en la diatriba entre la competitividad de los tradicionales que apostaron por la red contra los nativos del nuevo medio tecnológico y mucho más allá la explosión de nuevas formas comunicacionales como los Web social [18] o las comunidades red”<sup>26</sup>

Siempre se está relacionado por eso el entorno, esto es el caso de la red social, como lo define Christakis y Fowler<sup>27</sup> como la unión de un conjunto organizado de personas, formado por los seres humanos y las conexiones entre ellos mismos.

El internet se ha convertido en una excelente alternativa para dar a conocer muchas cosas, entre esas las actividades y servicios que ofrece la Biblioteca Julio Pérez Ferrero; para esto se hace uso de los medios digitales porque son herramientas que incorporan los medios de comunicación tradicionales.

**Página web o página de internet:** “es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por

---

<sup>25</sup>Mc Luhan (1997). La comunicación digital en la sociedad del conocimiento.

<sup>26</sup> Orihuela (2008). La comunicación digital en la sociedad del conocimiento. Latuff Luisana

<sup>27</sup> CHRISTAKIS, N y FOWLER, J (2010). Conectados el sorprendente poder de las redes sociales y como nos afectan

cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo”.<sup>28</sup>

Además, también es conocido como el medio digital con mayor relevancia porque se convierte en la primera experiencia de contacto entre la empresa y el cliente, brindando información sobre los productos o servicios que ofrece la empresa.

**El Blog:** medio digital usado como estrategia de marketing de contenidos, como sitio web brinda la facilidad de compartir información con el público objetivo.

Tapia Manuel <sup>29</sup>define el Blog como espacios gratuitos en internet para la escritura de particulares, que hacen anotaciones que quedan plasmadas de forma cronológica, como si de un diario se tratara.

**Redes sociales:** Define red social como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad.<sup>30</sup> Este es el medio digital que actualmente no puede faltar, ya que esta permite que los cibernautas se mantengan informados de toda clase de eventos.

## Antecedentes

### Internacional

- Las redes sociales digitales como herramientas de marketing: Análisis de un caso práctico.

Dell’Innocenti Carolina<sup>31</sup>, realizó un trabajo de investigación, que tiene como objetivo general “Analizar el funcionamiento y la dinámica de las nuevas tecnologías aplicadas en la estrategia de una empresa”; esta investigación es caracterizada por

---

<sup>28</sup> Millenium (2003). Capítulo II, Marco Teórico. <http://cort.as/-MkT2>

<sup>29</sup> TAPIA Manuel (2005). Definición de blog y características según Manuel Tapia

<sup>30</sup>Gallego, (2010:) Concepto de redes sociales (Autores) (2015)

<sup>31</sup> Dell’Innocenti Carolina (2012). Las redes sociales digitales como herramientas de marketing: Análisis de un caso práctico.

ser de tipo exploratorio – descriptivo, es exploratorio porque existen pocos conocimientos referentes a las herramientas digitales y descriptivo debido a que recoge información sobre las diferentes categorías que este tema permite abordar. Además, es de tipo experimental por las variables que se utilizan, teniendo en cuenta que estas se pueden probar o medir, es el caso del manejo que se le da a las redes sociales de la Escuela de Música “El Faro”.

Se llegó a la conclusión que las redes sociales digitales son una herramienta sumamente efectiva para ejecutar acciones de este tipo, porque permiten a la empresa desarrollar las relaciones con sus clientes de un modo bidireccional, aprovechando el dinamismo y la viralidad que éstas generan y promueven. También se comprobó la sinergia lograda a partir de la integración de acciones en el ámbito on-line y en el ámbito off-line, ya que en este caso se alcanzaron excelentes resultados gracias a ello. Esto solo fue factible por la buena integración de las distintas herramientas: por un lado, la publicidad en la vía pública, en radios y en periódicos, y por otro una buena gestión en medios on-line.

Este antecedente internacional aporta en cuanto a la relevancia que se le da al implementar medios digitales en las organizaciones permitiendo posicionar la marca, promocionar los servicios, brindar un canal extra de comunicación, fortalecer la relación con los diferentes públicos; clientes actuales, potenciales y público en general.

- La influencia de los medios sociales digitales en el consumo

Barrio Carrasco Javier<sup>32</sup> para optar por el título de doctor desarrolló trabajo de investigación, planteando como objetivo general “Identificar cómo los medios sociales influyen a la hora de tomar decisiones en la compra y consumo de las

---

<sup>32</sup> Barrio Carrasco Javier (2017), La influencia de los medios sociales digitales en el consumo.

bebidas refrescantes en nuestro país”. Además, es caracterizada por ser cualitativa por los datos recogidos por medio de los instrumentos de recolección de información, como lo fue el análisis documental y entrevistas a las personas responsables de las marcas más importantes de bebidas refrescantes en España.

Respecto al aporte que le brinda al presente proyecto, se centra en el análisis de las redes sociales a partir de diferentes aspectos como lo es el estudio de la línea general de contenidos de cada una de las marcas, teniendo en cuenta lo divulgativo, promocional o informativo, el tipo de contenido publicado, la frecuencia con que se publica, ya que todo esto contribuye al buen manejo o no de una red digital. Hoy día, las redes se han convertido en la principal fuente de información al momento de tomar decisiones, por eso se decide primeramente analizar el lugar donde se encuentran las marcas dentro de la red y en especial de los medios sociales por parte de los consumidores y usuarios para realizar estrategias dinámicas e incentivarlos hacer parte de la empresa.

- Uso de las redes sociales digitales como herramientas de marketing

Para optar por el título de doctorado en Creación y gestión de empresas Uribe Saavedra Andrés Felipe<sup>33</sup> desarrolló trabajo de investigación, planteando como objetivo general determinar por qué y cómo son utilizadas las redes sociales digitales como una herramienta de marketing por parte de las empresas españolas, aludiendo a la teoría de Collis<sup>34</sup>, quien tiene como idea fundamental el considerar a la empresa como un conjunto único de recursos tangibles e intangibles, en lugar de centrarse sólo en sus actividades en el producto – mercado.

---

<sup>33</sup> Uribe Saavedra Andrés (2014). Uso de las redes sociales digitales como herramientas de marketing.

<sup>34</sup> Collis (1994) Teoría de recursos y capacidades.

Este antecedente es basado a partir de un estudio de casos, ya que se describe y analiza la forma como las empresas emplean las redes sociales digitales dentro de su estrategia de marketing, abordando seis casos empresariales de diferentes sectores y tamaños. El análisis arrojó como resultado que a pesar de que las empresas están comenzando hacer uso de las redes sociales tienen un excelente avance, logrando pensar que en el futuro su uso será creciente y determinante en la relación entre las empresas y sus clientes.

Los enfoques metodológicos en que se basó esta tesis doctoral fueron de investigación cualitativa y cuantitativa, para lograr estudiar por qué y cómo las empresas españolas estaban utilizando las redes sociales digitales como una herramienta de marketing y las consecuencias de dicho uso. Este trabajo de investigación le aporta a la monografía sobre la importancia del uso intensivo de las redes sociales digitales para lograr impactar positivamente a las pequeñas y grandes empresas. Además, es de resaltar que una mayor intensidad del uso de estas herramientas hay más posibilidades de aumentar el nivel de visibilidad positiva en el mercado.

- La biblioteca pública ante la brecha digital: oportunidades y retos.

García Gómez Javier<sup>35</sup>, realizó artículo de investigación en la biblioteca pública municipal. Ayuntamiento de San Javier, con el fin de analizar los principales retos y oportunidades que se presentan gracias a la brecha digital en esta clase de instituciones; reconociéndola como espacio abierto de acceso a la información y el conocimiento.

Todas las personas no tienen fácil acceso a los medios digitales, por eso se produce un descenso de quienes lo tienen y quienes no, porque la idea es interactuar

---

<sup>35</sup>García Gómez Javier. La biblioteca pública ante la brecha digital: oportunidades y retos.

fácilmente y sacarle un mayor provecho para el desarrollo personal y general, para la toma de decisiones y una mayor participación activa en la sociedad actual.

El internet se ha convertido en el principal medio y canal de producción, distribución y difusión de información en la era actual, resultando lógico que sea un indicador clave para medir el grado de simpatía en una zona geográfica determinada. Con el paso de los años, gran parte de las bibliotecas públicas han empezado a cambiar, aprovechando los diferentes medios digitales con el objetivo de integrarse y adaptarse al nuevo momento histórico que se presenta en la sociedad.

### **Nacional**

- Plan de medios digitales: Agencia Clicdotcom

Cornejo Rincón Lina Paola y Noriega Rodríguez Laura<sup>36</sup> realizaron como trabajo de grado un Plan de medios digitales: Agencia Clicdotcom , planteando como objetivo general “Dar a conocer “Ciclops”, la empresa del Dr. Nairo Quintana, sus productos (bicicletas) y el producto innovador creado por la agencia para generar ganancia adicional en la campaña publicitaria por medio del mercadeo digital”.

Además, se plantean ciertas estrategias incluyendo el uso de los medios digitales para dar a conocer al público prospecto del producto que se quiere vender, es el caso de la bicicleta profesional de Nairo Quintana. Para esto realizaron ciertos estudios para conocer las redes sociales que más utilizaban y desarrollar estrategias y campañas publicitarias acorde al interés y gustos por parte de los públicos. Este antecedente aporta en la creación de la estrategia de medios que se le presento al Dr. Nairo Quintana, para llegar a la totalidad del mercado objetivo al cual se quiere atraer y así aumentar las ventas de la compañía.

---

<sup>36</sup> Cornejo Lina & Noriega Laura (2017).Plan de medios digitales: Agencia Clicdotcon

- Propuesta de un modelo de comunicación digital basado en medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica: Caso canal regional Telepacífico.

Vargas Ramos Aura María<sup>37</sup> desarrolló su trabajo de grado titulado “Propuesta de un modelo de comunicación digital basado en medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica: Caso canal regional Telepacífico” para optar por el título de magister, en comunicación digital. Planteó como objetivo general Diseñar un modelo de comunicación digital para la recuperación colaborativa de la memoria histórica: Caso canal regional Telepacífico.

Este antecedente es basado a partir de que la prensa como medio de comunicación online, hace uso de medios digitales como espacio para interactuar con los lectores, además de cumplir un papel importante como el de cumplir la construcción de la memoria histórica tanto en hechos colaborativos como en proyectos para recuperar el patrimonio cultural. El trabajo de investigación es caracterizado por tener un enfoque cualitativo donde se describe explícitamente los resultados de los instrumentos de recolección de información como el análisis documental, la entrevista semiestructurada y la sistematización de experiencias, arrojando una reflexión conceptual desde donde se concibe la memoria histórica y su recuperación colaborativa; del mismo modo, la sistematización de experiencias digitales en entornos ya sean Web o Web 2.0 relacionados con memoria histórica, brindó los elementos constitutivos para el diseño del modelo de comunicación digital desde las características del trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva, así como la selección de los medios sociales digitales apropiados para la conformación de la comunidad de usuarios y las fases metodológicas para su desarrollo.

## **Local**

---

<sup>37</sup> Vargas Aura (2015). Propuesta de un modelo de comunicación digital basado en medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica. Caso canal regional Telepacífico.

- Procesos de extensión apoyados en el uso de herramientas web en Instituciones Educativas (IE) de Floridablanca (Santander)

Cabeza, O y Velazco, Z.<sup>38</sup> realizaron trabajo de investigación sobre el uso de herramientas web en instituciones educativas del municipio de Floridablanca, Santander; abordando como objetivo general analizar el uso de páginas web, blogs y redes sociales en algunas instituciones oficiales y privadas de educación media vocacional del sector urbano de Floridablanca (Santander), como herramientas de apoyo a los procesos de extensión institucional.

El estudio tuvo un enfoque cualitativo, dado que los instrumentos de recolección de información utilizados fueron las entrevistas a rectores y administradores de los sitios web de las instituciones y la observación de herramientas digitales por medio de una ficha de análisis; arrojando como resultado la importancia que tiene para los directivos el uso de estas herramientas para su labor académica, siendo además una estrategia para llegar tanto al público interno como externo de la institución.

---

<sup>38</sup> Cabeza, O. y Velazco, Z. (2014). Procesos de extensión apoyados en el uso de herramientas web en Instituciones Educativas (IE) de Floridablanca (Santander). Revista TEMAS, 3(8), 173 - 190.

## **METODOLOGÍA**

### **Enfoque**

Se manejó un enfoque de investigación mixto, pues la naturaleza de la investigación y el objetivo general propuesto así lo ameritó. Por tanto, los instrumentos de recolección de información como la entrevista, la ficha de análisis de plataformas digitales y las estadísticas arrojadas en los medios en cuanto al uso, interacción y participación de los cibernautas, permitieron recabar información pertinente, y al ser triangulada arrojar los resultados aquí analizados.

Para el análisis de datos en el enfoque mixto se sugiere “(...) incluir una sección donde se presente el método, la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos” En cuanto a los resultados de los estudios con diseño mixto, dichos autores sugieren que los mismos se presenten con el esquema de la triangulación, se busque consistencia entre los resultados de ambos enfoques y se identifiquen posibles contradicciones o paradojas.<sup>39</sup>

### **Diseño de investigación**

Se utilizó un diseño de investigación descriptivo, dado que este permite analizar y describir los hechos como son observados. Es el caso de las plataformas digitales de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, se observó el manejo actual de los diferentes medios usados sin necesidad de influir de ninguna manera.

---

<sup>39</sup> HERNÁNDEZ et al. (2003). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta.

Según Sabino<sup>40</sup>, la investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento.

### **Técnicas e instrumentos de recolección de información**

“Las técnicas de recolección de datos son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación”<sup>41</sup>

Para recopilar la información necesaria y así conocer el uso que se le da a los medios digitales en la Biblioteca Pública Julio Pérez del departamento de Norte de Santander, se utilizó la ficha de análisis de plataformas <sup>42</sup> digitales, estadísticas de los medios digitales y entrevista al director de la biblioteca, el ingeniero de sistemas quien es el encargado de manejar las bases de datos, diseño y programación de sistemas de cada uno de los equipos de la institución; mientras la coordinadora de comunicaciones realiza actualizaciones de los medios digitales, cubre eventos y realiza esporádicamente actividades de comunicación interna y externa. La observación de los medios digitales fue de un mes, el cual se hacía un seguimiento constante a cada una de las publicaciones que se realizaban.

---

<sup>40</sup> SABINO (1986) Metodología de la investigación

<sup>41</sup> Hurtado (2000). Técnicas de recolección de información para un trabajo de investigación.

<sup>42</sup> CABEZA, O. y VELAZCO, Z. (2014). Procesos de extensión apoyados en el uso de herramientas web en Instituciones Educativas (IE) de Floridablanca (Santander)1



## Diseño de instrumentos de recolección de información

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA			
NOMBRE			
DIRECCIÓN WEB			
DIRECCIÓN FÍSICA		Municipio	
LEMA			

INFORMACIÓN DE FACEBOOK			
¿Cuentan con un perfil o con un grupo en Facebook?		SI	NO
URL del grupo			
URL de Fan Page			
¿Cuántos amigos en el primero?		¿cuántos miembros en el segundo?	
¿Tienen FanPage en Facebook?		¿A cuántas personas les gusta?	
¿Se interactúa desde este sitio web?		SI	NO
¿Qué se comparte?:			

¿Permiten que los amigos o fans interactúen?							SI		NO	
¿De qué manera se permite esto?:										
¿Qué tipo de información se comparte en esta página?										
Fotos		Vídeos		Enlaces		Audio		Otros		
¿Cuál(es)?										
¿Los usuarios de la biblioteca interactúan, empleando esta red social para tal fin?										
¿Qué información generan estos amigos o fans?										

<b>INFORMACIÓN DEL TWITTER</b>										
¿Cuentan con un perfil en Twitter?							SI		NO	
¿Cuántos seguidores tiene?			¿A cuántos sigue?							
¿Quiénes son esos seguidores?										
¿Cuál(es)?										

¿Qué actividad se adelanta desde Twitter?										
¿Qué utilidad le dan a esta red social?										
¿Qué tipo de información se comparte en esta página?										
¿Cada cuánto lo hacen?										
Cada hora		Díario		Semanal		Mensual		Anual		No lo actualizan
Según el evento		Otro		¿Cuál?						
¿Permiten que sus seguidores interactúen?									SI	NO
¿De qué manera lo hacen?:										

¿Responden las preguntas que les hacen sus seguidores?							SI		NO	
¿Emiten solo información?							SI		NO	
¿Se informa a la comunidad general de alguna situación en especial?							SI		NO	
¿Permiten que la comunidad interactúe?							SI		NO	
¿En esta red se comparte?										
Información		Fotos		Vídeos		Enlaces		Audios		Otros
¿Cuál(es)?										
¿Los administrativos, usuarios y trabajadores interactúan entre ellos, empleando esta red social para tal fin?										
¿Qué información generan estos seguidores?										
¿Qué formas de distribución de información usan?										

**OTRAS REDES**

Observaciones:

¿Generan **boletines electrónicos**?  SI  NO

¿Cómo los distribuyen?:

¿Cada cuánto lo hacen?

URL de la sección											
Cada hora	<input type="checkbox"/>	Díario	<input type="checkbox"/>	Semanal	<input type="checkbox"/>	Mensual	<input type="checkbox"/>	Anual	<input type="checkbox"/>	No lo actualizan	<input type="checkbox"/>
Según el evento	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	¿Cuál?							

¿Usan los **dispositivos móviles** para interactuar con su comunidad?  SI  NO

Observaciones:

¿Cuentan con **whatsapp corporativo**?  SI  NO

Observaciones

¿Cuentan con un canal en <b>Youtube</b> ?										SI		NO	
URL del canal		-											
Observaciones:													
<p style="text-align: center;">¿Cada cuánto lo actualizan?</p>													
Cada hora		Díario		Semanal		Mensual		Anual		No lo actualizan			
Según el evento		Otro		¿Cuál?									
<p style="text-align: center;">Otros recursos que ofrece la página web</p>													
Chat		Foros		Aula virtual		Ubicación		Consultas		Sugerencias			
Reserva cupos		Otro		¿Cuál?									

<sup>43</sup> Ficha de análisis de plataformas

---

<sup>43</sup>Ibid.

## **Formato entrevistas a director, ingeniero y coordinadora de comunicaciones**

El presente formato de entrevista es de tipo semiestructurada y a través de ella se pretende tener un acercamiento con los directivos de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero y conocer su incursión en Internet y el uso de herramientas web para hacer extensión institucional, entendida la misma como la proyección que hace la organización a la comunidad en general. Además, conocer la participación de los cibernautas en los medios establecidos.

### **Director de la Biblioteca**

#### **Acción**

- 1) ¿Cuándo empezaron a implementar el uso de Internet en la institución? ¿Por qué?
- 2) ¿Cuándo incursionan con la página web de la institución? ¿Por qué?
- 3) ¿Cómo fue el inicio de este proceso de estar en Internet? ¿Cómo ha avanzado hasta el día de hoy?
- 4) ¿Para usted qué significa hacer extensión institucional a través de herramientas web?

#### **Empoderamiento**

- 5) ¿Qué actores conforman la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero?
- 6) ¿Con cuáles de esos actores les parece importante hacer extensión institucional?
- 7) ¿En la página web hay información específica para cada actor que conforma esta comunidad y posibilidad para la participación de los mismos?

8) ¿Están en las redes sociales como Facebook y Twitter? ¿Cuentan con un blog? ¿Cuándo iniciaron?

### **Reconocimiento**

9) ¿Qué tipo de información comparten en estas redes? ¿Cuántos amigos o fans tienen en Facebook y cuántos seguidores en el Twitter?

10) ¿Cuentan con FanPage en Facebook?

11) ¿Cómo hacen extensión institucional a través de herramientas como la página web, un blog o las redes sociales como Facebook y Twitter?

12) ¿Qué hacen con las preguntas que les hacen a través de las redes sociales o la página web? ¿Quién las responde? ¿No las responden?

14) ¿Han tenido inconvenientes, crisis o conflictos con la participación de la gente en estos espacios? ¿Comentarios negativos? Otros...

### **Participación**

15) ¿Para qué piensa usted que son estos espacios en la web?

16) ¿Emplean el correo electrónico como medio para informar e interactuar con su comunidad educativa? ¿Cómo es este procedimiento?

17) ¿Quién se encarga de actualizar la página web y demás escenarios? ¿Con qué frecuencia lo hace?

18) ¿Es esta persona especializada en el área? ¿Qué perfil tiene?

19) ¿Qué beneficios le encuentran a estar en Internet a través de la página web y otras redes?

20) ¿Qué dificultades se han presentado en este mismo aspecto? Mencione algunas.

21) ¿Quiénes participan en la elaboración de contenidos del sitio web?

23) ¿Cómo es la participación de la comunidad en estas redes? ¿Cómo interactúan con ellos? ¿Qué espacios generan?

24) ¿Qué tipo de proyectos gestionan a través de la web para su institución? Menciónelos.

## **Ingeniero y coordinadora de comunicaciones**

### **Acción**

1) ¿Desde hace cuánto está al frente del manejo de herramientas web de la institución?

2) ¿Qué actores conforman la comunidad de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero?

4) ¿Para usted qué significa hacer extensión institucional a través de herramientas web?

5) ¿En la página web hay información específica para cada actor que conforma esta comunidad y posibilidad para la participación de los mismos?

### **Reconocimiento**

6) ¿Qué herramientas web emplea la institución para extenderse? Por ejemplo, página web, blog o Facebook y Twitter.

7) ¿Cuántos seguidores tienen en Twitter?

8) ¿Cuentan con FanPage en Facebook?

9) ¿Qué tipo de información suministran a través de estos medios?

10) ¿De qué forma publican la información? ¿Emplean textos, imágenes, vídeos u otros objetos?

### **Participación**

11) ¿Qué respuesta reciben de los usuarios? ¿Cómo es su participación?

- 12) ¿Con qué periodicidad lo hacen? ¿Les contestan sus mensajes o preguntas?
- 13) ¿Emplean el correo electrónico como medio para informar e interactuar con su comunidad educativa? ¿Cómo es este procedimiento?
- 14) ¿Qué hacen con las preguntas que les hacen a través de las redes sociales o la página web? ¿Quién las responde? ¿No las responden? ¿Tienen a una persona pendiente todos los días?
- 15) ¿Han tenido inconvenientes, crisis o conflictos con la participación de la gente en estos espacios? ¿Comentarios negativos? Otros...

### **Empoderamiento**

- 16) ¿Para qué piensa usted que son estos espacios en la web?
- 17) Aparte de usted, ¿hay alguien más apoyando la labor desde el sitio web?
- 18) ¿Cuentan con una oficina para hacer estas labores? ¿Éstas están dentro de la institución?
- 19) ¿Con qué equipos cuentan (computadores, cámaras fotográficas y de vídeo, dispositivos móviles, otros)?
- 20) ¿Para qué creen que son las herramientas 2.0?
- 21) ¿Existe algún protocolo de ética para seleccionar la información que se publica?
- 22) ¿Permiten la participación de usuarios? ¿Es de manera libre o controlada?
- 23) ¿Todos los eventos realizados por la institución son publicados a través de la página web o las redes sociales? ¿Quién hace este trabajo?
- 24) ¿Cómo es la respuesta de los usuarios en este tipo de eventos? ¿Participan, escriben o comparten información y objetos multimedia recolectados por ellos mismos durante estos eventos?

25) ¿Con qué formación profesional y actualizaciones cuenta usted como coordinador encargado de la administración de la página web y de las redes sociales?

### **Interpretación de la información**

Para la interpretación de la información de los instrumentos realizados se hizo primeramente transcripción de las entrevistas individuales al director, ingeniero y coordinadora de comunicaciones de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero; posteriormente se estudió la ficha de chequeo de los medios digitales implementados en la organización, y así lograr organizar por categorías la información arrojada, dado que esto permite el desarrollo de recomendaciones para mejorar el uso de los medios dentro de la institución



## **Interpretación de datos recolectados**

Los instrumentos de recolección de información fueron la base para el desarrollo de esta investigación, ya que gracias a estos se pudo identificar el uso de los medios digitales en la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta, como organización estudiada.

### **Análisis Ficha de análisis de plataformas**

La ficha de análisis de plataformas permitió estudiar los contenidos de los diferentes medios digitales que maneja la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero, tales como: fan page, twitter, instagram, boletines electrónicos, y whatsapp. Para esto se estudiaron diversas publicaciones donde se tuvieron en cuenta el tipo de contenido publicado, descripción de la publicación, participación de los usuarios y la constancia con que se da a conocer una información en los medios.

Además de esto, se tenía en cuenta el tipo de contenido mostrado si era video, enlace web, texto, imagen y la interacción de los usuarios en cuanto a la cantidad de visualizaciones que tenía la publicación y el número de reacciones de la misma.

Esta ficha evidencia que la información es semejante en los medios digitales de la organización, en cuanto a las imágenes, textos o videos publicados. Cabe resaltar que el medio con mayor interacción es el Fan Page porque tiene mayor número de seguidores con 15.548 a diferencia del twitter con 5199 y el instagram con 1.438 seguidores.

Lo publicado en los medios digitales corporativos se aborda información de interés general, haciendo uso de #hashtags que ayudan a unificar la información dando la posibilidad de que todas las personas vean la publicación sin necesidad de seguir al usuario. Como medios digitales corporativos se evita el uso excesivo de los emoticones, porque es más creíble la información publicada.

## **Análisis de las entrevistas**

La entrevista como instrumento de recolección de información cualitativa fue realizada a funcionarios involucrados en el uso de los medios digitales de la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero, pues son quienes deben tener mayor conocimiento respecto al manejo que se le da a los medios digitales.

### **Análisis de la entrevista al director de la Biblioteca**

El director de la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero, Julio García Herreros, según los interrogantes planteados en la entrevista, tuvo claro el momento en que se implementó el uso del internet en la institución, dado que lo narró por medio de anécdotas ocurridas en el 2001, cuando se inauguró la biblioteca en las antiguas instalaciones del hospital San Juan de Dios; y fue donde se efectuó la red para empezar a prestar el servicio de biblioteca nacional Cúcuta, al igual que como herramienta tecnológica para cada uno de los espacios de la institución.

En cuanto la pregunta sobre la implementación de la página web en la institución, García cuenta que años más tarde de haberse instalado en la nueva sede, hacia los años 2006 – 2007 aproximadamente, fue donde vieron la necesidad de constituir la página web para empezar a visibilizarse y mostrar cada uno de los servicios que tenían para ofrecer.

Hacer extensión institucional a través de las herramientas web, son estrategias valiosas para la institución porque da la posibilidad de llegar a lugares donde lo material y físico limita las posibilidades; por eso el director considera diversos servicios como lo es, el del libro que ayuda en la construcción de una base de datos para que los usuarios interesados accedan a las bibliografías que se tienen en la biblioteca, además de tener una colección de interés.

El director afirma que el uso de la página web es insuficiente frente a las posibilidades que se tienen en la región, pero que poco a poco se han realizado avances importantes en cuanto a los proyectos que se manejan actualmente como lo es archivo fotográfico que ayuda en la construcción de un archivo representado del departamento de Norte de Santander. También se comprende que existen muchas necesidades por parte de la comunidad que no tienen acceso a las herramientas digitales para aprender a utilizarlas en el manejo de la información.

En cuanto a las publicaciones que se realizan en los medios digitales, el director hace seguimiento constante para asegurar la información establecida. Además, tiene conocimiento en cuanto el número de seguidores y amigos que manejan las redes más conocidas como lo es Facebook y twitter y que poco a poco se va mejorando porque es una necesidad, no sólo de un like sino de lograr interactuar con propósitos y actividades que vinculen a los usuarios remotos a través de los medios digitales. Por eso, la coordinadora de comunicaciones en conjunto con los integrantes de la mesa de comunicaciones tiene la tarea de dar respuesta a cada

una de las preguntas realizadas por los medios, porque un usuario remoto es un cliente satisfecho que debe atenderse de la mejor manera.

### **Análisis de la entrevista de coordinador de sistemas de la biblioteca**

El coordinador de sistemas de la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero Wilmer Manzano, afirma que todos los departamentos que conforman la institución tienen que ver con el área de sistemas, dado que se trabaja como una línea transversal, por ende, hacer uso de las herramientas digitales ayudan a dinamizar procesos técnicos que tiene la organización.

Manzano menciona que en la página web hay información pertinente de las áreas que tiene la corporación, ya que es coordinada por el departamento de comunicaciones y sistemas; al momento de publicar los contenidos en los medios digitales se tienen en cuenta diversas estrategias para generar mayor interacción por parte de los cibernautas, como lo es hacer uso de imágenes diseñadas, videos cortos y demás herramientas multimedia.

Los medios digitales son herramientas de comunicación que permiten socializar a los cibernautas las noticias, eventos culturales y sociales de la corporación, estos brindan diversas opiniones dependiendo de lo publicado y que tengan ellos a disposición. Además, se maneja un correo institucional corporativo para todos los empleados y funcionarios de la biblioteca pública, teniendo a cargo también un sistema de atención al ciudadano donde se puede remitir directamente cualquier ciudadano hacia el área dependiendo de la solicitud.

La internet como red virtual, se tiende a recibir cualquier tipo de comentario porque es una herramienta muy fácil para lograr expresarse, igual si hay libertad de expresión, por eso estos medios son manejados por una profesional en comunicación social que ayuda a darle respuesta a cada una de las solicitudes por parte de los usuarios de la biblioteca.

### **Análisis de la entrevista de la coordinadora de comunicaciones de la biblioteca**

Desde hace aproximadamente dos meses está la función de coordinadora de comunicaciones quien está a cargo de manejar los medios digitales de la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero, y hacer publicaciones de las diferentes actividades organizadas por las diferentes áreas de la biblioteca como lo es la red departamental, red municipal de lectura y escritura, centro de producción de contenidos culturales de Norte de Santander, con la idea de generar participación de la comunidad en general.

Angye define hacer extensión institucional como la difusión de actividades y/o eventos que realicen en la biblioteca; primordialmente si son de carácter artístico o cultural para generar interés y participación de la comunidad. Las herramientas web con las que cuenta la biblioteca son: página web, Facebook, twitter e Instagram, siendo las más importantes para la coordinadora, dado que permite interacción con los cibernautas sobre lo publicado. Además, las publicaciones son dinámicas ya que son con fotografías, videos cortos, enlaces informativos que permiten interacción.

## Triangulación

Aplicados los instrumentos de recolección de información y analizados resultados de la aplicabilidad del uso de los medios digitales en la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta, a continuación, se plasmará la interpretación de los resultados a partir de los objetivos propuestos en el presente trabajo de investigación.

Para el desarrollo de los instrumentos se tuvo presente las personas encargadas de los medios digitales porque son pocos quienes están al mando de esto, señalando que estos medios son de gran importancia, ya que permiten visibilizar cada una de las acciones, servicios, eventos, actividades artísticas y culturales del departamento de Norte de Santander.

Los entrevistados coinciden en cuanto la definición de hacer extensión institucional a través de herramientas web porque son estrategias valiosas para la institución, y permiten llegar a lugares donde lo material y físico limita las posibilidades. Además, da la posibilidad de difundir las diferentes actividades y eventos que se dan alrededor de la biblioteca.

Los medios digitales como término global contribuyen al beneficio de la institución, porque a través de diversas estrategias se logra generar visibilidad y participación de las actividades y eventos culturales a desarrollar. Además, aporta de manera positiva la imagen de la organización logrando que agentes externos estén satisfechos con los servicios ofrecidos.

También, el director de la biblioteca y la coordinadora de comunicaciones coincidieron en la cantidad de amigos y seguidores que se tienen actualmente en Facebook y twitter, destacando la obligación que las herramientas digitales tienen para lograr interacción con los cibernautas, haciendo que estos compartan lo publicado, comentarios o hagan reacciones respecto a los contenidos. El director de la biblioteca argumenta con certeza la importancia que tienen los medios digitales en una organización sin importar el tipo de capital que la caracterice, realizando acciones para dar a conocerse en todos los ámbitos.

Igualmente se tomó como otro método de recolección la ficha de análisis de plataformas, tabla en el cual se logró evidenciar los medios digitales que tiene la biblioteca, el tipo de publicaciones, forma de compartir los contenidos, respuesta a los mensajes y comentarios de los contenidos, permitiendo conocer el posicionamiento y reconocimiento que tienen tanto agentes internos como externos de la biblioteca pública Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta.

Por otra parte, la biblioteca como institución pública está destinada a difundir a través de diferentes medios, las actividades enfocadas a la cultura en Norte de Santander; aunque se comparten contenidos noticiosos relacionados con el Ministerio de Cultura, Biblioteca Nacional de Colombia, Secretaría de Cultura

Departamental, entre otras instituciones que contribuyen al desarrollo histórico y patrimonial de la región, mientras otras son un ejemplo a seguir para la institución.

### **Acciones propuestas para mejorar el uso de los medios digitales en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta**

- Realizar capacitaciones al personal encargado de los medios digitales como apoyo organizacional, con el objetivo de aumentar la interacción con los clientes y usuarios de la Biblioteca.
- Continuar ofreciendo por medio de herramientas digitales los servicios que ofrece la Biblioteca, logrando una mayor fidelización e integración con los clientes de forma rápida y segura.
- Establecer estrategias de marketing digital para lograr cubrir tanto el público interno como externo a los que pertenece la organización.
- Escribir artículos en otros sitios web, ya que son una estrategia base para mejorar el posicionamiento y conseguir más visitas a la página deseada.
- Realizar foros o juegos interactivos para mejorar la participación de los cibernautas en la web. Claro está, debe ser un tema de interés general para que no pase desapercibido.
- Hacer seguimiento y mantener constante al sitio web, para mostrar las fallas de la página y así, no generar confusión en los visitantes web.

- Hacer uso de palabras clave para hacer más evidente la publicación, además seleccionar el tipo de público al que va dirigido para que no sea dispersada la información.
- Ajustar las narrativas de cada plataforma digital al contexto del uso de las mismas que varían de acuerdo a cada medio.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones que se plantean en este trabajo se hacen a partir de lo que implica el uso de los medios digitales en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta; porque el uso de estos medios debe dejar de pasar de ser una opción a una obligación tanto para las empresas antiguas como para las que están ingresando al mercado, porque se logra visibilizar de forma estratégica los diferentes servicios, productos que se ofrecen, y las actividades que se van a desarrollar, pues están involucradas los públicos tanto internos como externos.

Esta investigación permitió analizar el uso de medios digitales que hace la Biblioteca Pública en el entorno web para la visibilidad de sus acciones como institución gubernamental y cada una de las estrategias que se desarrollan por estos medios con los diferentes públicos objetivos, haciendo uso de los espacios digitales, permitiendo una mayor participación de los cibernautas como espacio gratuito

El resultado de esta investigación fue que el director de la biblioteca y la coordinadora de comunicaciones tienen conocimientos acerca del número de seguidores y amigos tienen en las redes sociales, a diferencia del coordinador de sistemas que no maneja una cifra aproximada. Además, los tres entrevistados conocen la importancia de los medios y lo que se publica en cada uno de ellos, dado que hay información pertinente de las áreas que tiene la biblioteca y las diferentes actividades que interés que se desarrollarán tanto en la institución como en el departamento nortesantandereano.

Dicho lo anterior, es de suma importancia mantener personal encargado de implementar el uso de los medios digitales en la biblioteca en beneficio de la institución, porque permite generar visibilidad y participación de las actividades,

servicios ofrecidos y eventos a desarrollar. Además, impulsa a que el público externo se sienta satisfecho de asistir a las instalaciones de la organización, ya que el desarrollo de actividades culturales gratuitas genera imagen positiva de la organización. Es considerado que los medios digitales deben ser usados por toda organización, ya que esto no puede ser una opción sino una necesidad para que las empresas sean mostradas de la mejor manera. La inexistencia de esos medios conlleva a que se desconozcan los servicios y eventualidades por las cuales se regiría la entidad para cumplir los objetivos planteados con los diferentes públicos de interés.

## Recomendaciones

- Se recomienda a la coordinadora de comunicaciones de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de Cúcuta definir políticas del uso de los medios digitales de la institución.
- Motivar e impulsar las actividades enfocadas a la cultura por medio de los contenidos digitales con el fin de generar participación del público externo.
- Trabajar conjuntamente en la mesa de comunicaciones que se está consolidando hasta el momento, para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos de la organización.
- No es necesario volver a escribir lo dicho en las imágenes publicadas en los medios digitales, ya que estos espacios *online* ayudan a brindar nueva información.
- Es importante aclarar que el uso de los medios digitales debe ser puesto en práctica en toda organización, sin importar el tipo de capital que la caracterice.

## CIBERGRAFÍA

- Acosta Claudia (2018). Medios digitales: herramientas útiles para el crecimiento de las empresas. Recuperado de: <http://www.entreperiodistas.com/medios-digitales-herramientas-utiles/>
- ARANGO Forero Germán, (2013) Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v16n3/v16n3a02.pdf>
- Barrio Carrasco Javier (2017) La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/42339/1/T38702.pdf>
- BELL, David Cibercultura y ciberespacio (2007). Recuperado de: <http://cibernticoson.blogspot.com/2012/02/cibercultura-y-ciberespacio.html>
- CABEZA, O. y VELAZCO, Z. (2014). Procesos de extensión apoyados en el uso de herramientas web en Instituciones Educativas (IE) de Floridablanca (Santander). Revista TEMAS, 3(8), 173-190. Disponible en: <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/TEMAS/article/view/749/597>
- Capítulo II, Marco Teórico. Recuperado de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/herszenborn\\_m\\_n/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/herszenborn_m_n/capitulo2.pdf)
- CALDEVILLA DOMÍNGUEZ David y GONZÁLEZ OÑATE Cristina. La nueva narrativa en el periodismo binario. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/265100217\\_La\\_nueva\\_narrativa\\_en\\_el\\_periodismo\\_binario](https://www.researchgate.net/publication/265100217_La_nueva_narrativa_en_el_periodismo_binario)
- Casanore Victoria. Generación “Y” El gran desafío en el mundo del trabajo (2014). Recuperado de:

[https://sifp.psico.edu.uy/sites/default/files/Trabajos%20finales/%20Archivos/tfg\\_cas arone\\_daniela\\_30-10-2014\\_0.pdf](https://sifp.psico.edu.uy/sites/default/files/Trabajos%20finales/%20Archivos/tfg_cas arone_daniela_30-10-2014_0.pdf)

Christakis y Fowler, Concepto De Redes Sociales (2010). Recuperado de:

<https://raynomar29.wixsite.com/redessocialesdesalud/singlepost/2015/11/07/Concepto-De-Redes-Sociales-Autores>

Concepto De Redes Sociales (Autores) (2015). Recuperado de:

<https://raynomar29.wixsite.com/redessocialesdesalud/single-post/2015/11/07/Concepto-De-Redes-Sociales-Autores>

Cornejo Lina y Noriega Laura (2017). Plan de medios digitales: agencia clicdotcom.

Recuperado de:

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13587/1022388491-2017.pdf?sequence=4>

Dell'Innocenti Carolina (2012) Las redes sociales digitales como herramientas de marketing: análisis de un caso práctico. Recuperado de:

[http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/4859/dellinocenticetrabajo-de-investigacion.pdf](http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4859/dellinocenticetrabajo-de-investigacion.pdf)

FUMERO Antonio y SÁEZ Fernando. Web 2.0 (2007). Recuperado de:

[file:///C:/Users/BELKIS/Downloads/WEB\\_DEF\\_COMPLETO2.pdf](file:///C:/Users/BELKIS/Downloads/WEB_DEF_COMPLETO2.pdf)

GALINA RUSSELL, Isabel. Investigación bibliotecológica (2011). Recuperado de:

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2011000100007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2011000100007)

Hernández et al. (2003). Los diseños de método mixto en la investigación en educación:

Una experiencia concreta. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Hipertextualidad, Interactividad y multimedialidad. Recuperado de:  
<http://docenteshoy2014.blogspot.com/2015/09/hipertextualidad-interactividad-y.html>

Historia de Internet por Computación Aplicada al Desarrollo. Recuperado de:  
[http://www.joseacontreras.net/edsupmex/historia\\_de\\_Internet.htm](http://www.joseacontreras.net/edsupmex/historia_de_Internet.htm)

Hurtado (2000). Técnicas de recolección de información. Recuperado de:  
<http://metodelainv.blogspot.es/>

Kotler Philip. Escuela de comunicación Mónica Herrera Recuperado de:  
<http://monicaherrera.edu.sv/philip-kotler-autor-del-mes/>

La importancia de tener un sitio web para tu negocio. Recuperado de:  
<https://www.estrelladigital.es/articulo/la-red/importancia-tener-sitio-web-negocio/20170208161254312480.html>

LATORRE, Marino. Historia de la web 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0 (2018). Recuperado de:  
[http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74\\_Historia%20de%20la%20Web.pdf](http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf)

LU TANIA, Hipertexto: tipos, objetivo y construcción de la estructura hipertextual (2010).  
Recuperado de: <http://tania.lu.co/2010/03/11/hipertexto-tipos-objetivo-y-construccion-de-la-estructura-hipertextual/#sthash.nMZYh1gs.dpbs>

Manual de Gobierno en Línea. Recuperado de:  
[http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-7941\\_manualGEL.pdf](http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-7941_manualGEL.pdf)

Manual para la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea en las entidades del orden nacional de la República de Colombia. Recuperado de:  
<http://programa.gobiernoenlinea.gov.co/apc-aa/files/eb0df10529195223c011ca6762bfe39e/manual-3.1.pdf>

María Sandra (2014) Reseña del artículo Cibercultura: Metáforas prácticas sociales y colectivos en red. Recuperado de:  
<http://samavehe.blogspot.com/2014/07/cibercultura.html>

Mejía Llano [Juan Carlos](#) (2016) Estrategia de marketing digital: herramientas y pasos de implementación. Recuperado de: <https://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/estrategia-de-marketing-digital-herramientas-y-pasos-de-implementacion/>

MetodeLaInv (2014) en Metodología. Técnicas de recolección de información. Recuperado de: <http://metodelainv.blogspot.es/>

Metodología de la Investigación (2013). Recuperado de: <https://bianneygiraldof77.wordpress.com/category/capitulo-iii/>

ORIHUELA, José Luis. La transformación digital del periodismo (2018). Recuperado de: <https://www.ecuaderno.com/2018/12/05/la-transformacion-digital-del-periodismo/>

PISCITELLI, Alejandro. Internet la imprenta del siglo XXI. Gedisa. Barcelona. 2005. Disponible en: <http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Piscitelli-Alejandro-Internet-la-imprenta-del-SigloXXI-Cap9.pdf>

Rizo García Marta. Comunicación interpersonal digital y nuevas formas de comunidad. Reflexiones sobre la comunicación pos-masiva 82013). Recuperado de: <file:///C:/Users/proyectos/Downloads/Dialnet-ComunicacionInterpersonalDigitalYNuevasFormasDeCom-4781884.pdf>

[Rueda, R. Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. Recuperado de: http://nomadas.ucentral.edu.co/index.php/inicio/21-ciberculturas-metaforas-practicas-sociales-y-colectivos-en-red-nomadas-28/255-cibercultura-metaforas-practicas-sociales-y-colectivos-en-red](#)

Ruiz Manuel. “Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México”. Recuperado de: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque\\_cualitativo.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)

Ruiz Medina Manuel Ildfonso. Enfoque cualitativo. Recuperado de: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque\\_cualitativo.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)

Russell Galina (2011). Investigación Bibliotecológica, México. Recuperado de: <http://rev-ib.unam.mx/ib/index.php/ib/article/view/27472/51345>

SANZ MARTOS, Sandra. Comunidades virtuales. Recuperado de: [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/54382/3/Redes%20social es%20y%20comunidades%20virtuales\\_M%C3%B3dulo2\\_Comunidades%20virtuales.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/54382/3/Redes%20social es%20y%20comunidades%20virtuales_M%C3%B3dulo2_Comunidades%20virtuales.pdf)

Tapia Manuel (2005). Definición de blog y características según Manuel Tapia. Recuperado de: <http://infoempresa.blogspot.com/2005/07/definicion-de-blog-y-caractersticas.html>

Uribe Saavedra Andrés Felipe (2014) Uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/284129/afus1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[Vargas, Aura \(2015\). Propuesta de un modelo de comunicación digital basado en medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica: caso canal regional Telepacífico.](#)

VILLAFANE, Justo (2004). La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas. Madrid: Pirámide. Citado por LOZANO, Antonio. En: Comunicación N°3 (2005), pp.319-322. Recuperado de: [http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n3/resenas/la\\_buena\\_reputacion\\_claves\\_d el\\_valor\\_intangible\\_de\\_las\\_empresas.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n3/resenas/la_buena_reputacion_claves_d el_valor_intangible_de_las_empresas.pdf)

## ANEXOS

### **Entrevista Julio García Herreros – Director de la Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero**

1. ¿Cuándo empezaron a implementar el uso del internet en la institución? ¿Por qué?

En la nueva etapa de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero, bajo la modalidad de Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, nos remontamos al año 2001 cuando fue inaugurada en las antiguas instalaciones del hospital San Juan de Dios y fue dotada originalmente con una inversión importante porque por parte del desarrollo del proyecto original que se había planteado para prestar el servicio de biblioteca nacional Cúcuta y en ese momento la implementación que se logró, estaba constituida de una sala de internet para servicios de usuarios y también teníamos toda la herramienta tecnológica en cada una de las oficinas y en cada de los espacios de la Biblioteca Pública. O sea, la Biblioteca Pública en este sitio fue pensada dentro del desarrollo de la modernidad de la era digital y por tanto su implementación se empezó a realizar paulatinamente, que a partir de ese momento en la medida en que las necesidades de los usuarios empezaron a demandar los servicios de acuerdo con los tiempos que estábamos viviendo. En ese sentido desde el principio tanto la base de datos como los servicios de internet se empezaron a construir a partir de esos equipos que habían sido dotados por parte de la obra y el proceso constructivo y que dejaron a la biblioteca con unas capacidades instaladas inicialmente, destacadas que nos permitieron cumplir con ese oficio.

2. ¿Cuándo incursionaron la página web aquí en la institución?

La página web si fue mucho más tarde en cuanto que tuvimos que realizar un proceso de recopilación de información, realización de actividades previas para

construir esa página web, yo calculo hacia el año 2006 – 2007 aproximadamente, unos cinco años aproximadamente después de la inauguración en la nueva sede, cuando identificamos la necesidad de constituir una página web y empezamos a desarrollar ese propósito.

3. ¿Usted cómo define hacer extensión institucional a través de las herramientas web?

Bueno es una herramienta muy poderosa porque nos permite llegar a lugares donde lo material y físico limita las posibilidades y capacidades de las instituciones. Nosotros consideramos que:

- En el servicio del libro, en la construcción de una base de datos para que la gente pueda acceder a qué tipo de libros tenemos aquí en la biblioteca, y también en el proceso de construir un acervo bibliográfico con derechos de autor que nos permita servir a toda la comunidad, pero también las posibilidades de la biblioteca de interaccionar socialmente a los usuarios desde la biblioteca, con herramientas digitales a través de las redes sociales y a través de las posibilidades que brinda la tecnología actual, nos permite ampliar esas capacidades para múltiples usuarios y múltiples posibilidades desde estas instalaciones.

4. ¿En la página web hay información específica para cada actor que conforma esta comunidad y la posibilidad que ellos tienen de participar?

Bueno en la página web hay información siempre es insuficiente frente a las posibilidades que tenemos en la región , pero hemos hecho avances importantes como quiera que hemos ido trabajando en diferentes frentes alrededor de la construcción de un archivo fotográfico, en la construcción de un archivo bibliográfico de Norte de Santander, en la construcción del archivo documental de la región y todos esos servicios se han ido implementando poco a poco, desde la página web y en los servicios que ofrece la biblioteca. Entonces siempre insuficiente, pero es

una tarea de nunca acabar y que comprende muchas necesidades por parte de una comunidad habida de contar con esas herramientas y esas posibilidades y las limitaciones propias de la institución que tiene esas necesidades demandadas por la comunidad.

5. ¿Qué tipo de información se comparte en las redes sociales? ¿Sabe usted cuántos amigos se tiene en el Facebook y seguidores en twitter?

Claro que sí, nosotros tenemos un registro de amigos de la biblioteca pública en Facebook cerca de 16.000 usuarios y en twitter también tenemos ese registro y vamos construyendo poco a poco, es una tarea que estamos reevaluando permanentemente en la necesidad no solamente de contar con muchos usuarios y amigos de la biblioteca que nos den un like, sino en la posibilidad de interactuar realmente con propósitos y con actividades que vinculen más a los usuarios remotos a través de nuestras redes sociales; es decir no queremos solo que nos vean y que digan que non amigos de nosotros, sino que ellos participen y se sientan vinculados a los propósitos que defiende la biblioteca como es la construcción de una conciencia colectiva alrededor del patrimonio bibliográfico, hemerográfico, fotográfico y documental de la región y generar dinámicas de participación de esa comunidad alrededor de esos propósitos.

6. ¿Qué hacen con las preguntas que hacen por las redes sociales? ¿Las responden?, ¿hay una persona encargada de eso?

Tenemos esa tarea permanentemente de atender a los usuarios, un usuario remoto es un cliente que puede ser un cliente satisfecho o un cliente insatisfecho y ese cliente satisfecho tiene que atenderse, tratamos precisamente de subsanar errores del pasado y tenemos junto con diferentes personas la mesa de comunicaciones que va valorando ese tipo de dificultades, por supuesto que siempre el usuario remoto demanda y demanda y querrá tener más participación y es la tarea y es la necesidad de la corporación de poder atender esas necesidades de los usuarios remotos.

7. ¿Para qué piensa usted que son estos espacios en la web? Además de eso ¿Cree que contribuyen a la solución de inconvenientes que se han presentado?

Claro, son espacios de comunicación y con la comunicación los seres humanos resuelven las dificultades básicamente son problemas de comunicación que a veces se establece, pero precisamente esos canales permiten que la institución atienda esas informaciones que se construyen a veces de manera errónea y que generan ruido en la comunicación entre las instituciones y los usuarios de la biblioteca, está en la capacidad de la biblioteca de atender permanentemente esas necesidades y a responder adecuadamente, sino lo hacemos evidentemente la comunidad va a sentirse insatisfecha. Por eso es obligatorio para nosotros y demandante, vinculante estar muy atento a la solución de estas necesidades.

8. ¿Quién es la persona encargada de las redes sociales actualmente en la biblioteca?

Tenemos una mesa de comunicación, en esa mesa hay diferentes responsabilidades y el perfil es una comunicadora social y tenemos varios frentes en esa mesa de comunicaciones y el perfil es una persona joven con ganas de trabajar y con formación profesional y académica como la tenemos.

### **Entrevista José Wilmer Manzano – Coordinador de sistemas de la Biblioteca Pública**

- 1) ¿Desde hace cuánto está al frente del manejo de herramientas web de la institución?

11 años

- 2) ¿Qué actores conforman la comunidad de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero?

Toda la parte de sistemas, es como una línea transversal y eso lo conforman todos los departamentos, comunicaciones, digitalización, centro de producción, dirección. Todas las áreas tienen que ver con sistemas.

4) ¿Para usted qué significa hacer extensión institucional a través de herramientas web?

Utilizar herramientas que permitan dinamizar procesos técnicos en cuanto a los programas que tenga la Biblioteca.

5) ¿En la página web hay información específica para cada actor que conforma esta comunidad y posibilidad para la participación de los mismos?

En la página web hay información pertinente de las áreas que tiene la corporación, en cuanto a lo que es el proceso de áreas de negocios de la Biblioteca Pública; claro está que la información debe ser coordinada por el departamento de comunicaciones y sistemas, pero no todos actúan o interactúan con este sitio web.

6) ¿Qué herramientas web emplea la institución para extenderse? Por ejemplo, página web, blog o Facebook y Twitter.

Herramientas de comunicación, redes sociales, google analytics que debería también implementarlo. Las redes sociales como twitter, Facebook, instagram y demás.

7) ¿Cuántos seguidores tienen en Twitter?

No

8) ¿Cuentan con FanPage en Facebook?

No los tengo en estos momentos pero igual si se puede tomar ese dato a la coordinadora de comunicaciones.

9) ¿Qué tipo de información suministran a través de estos medios?

Noticias, eventos culturales, sociales de la corporación.

10) ¿De qué forma publican la información? ¿Emplean textos, imágenes, vídeos u otros objetos?

Todas las herramientas multimedia imágenes, videos, diseño y demás.

11) ¿Qué respuesta reciben de los usuarios? ¿Cómo es su participación?

Pues claro hay opiniones diversas dependiendo de la noticia o el evento que se publique o el tipo de material que tengan ellos a disposición.

12) ¿Con qué periodicidad lo hacen?

Diariamente y en el momento en que se genere la noticia,

13) ¿Emplean el correo electrónico como medio para informar e interactuar con su comunidad educativa? ¿Cómo es este procedimiento?

Claro está, hay un correo institucional de la corporación para todos los empleados y todos los funcionarios de la biblioteca pública y se tiene a cargo también un sistema de atención al ciudadano donde se puede remitir directamente cualquier ciudadano a cualquier área dependiendo de la solicitud.

14) ¿Qué hacen con las preguntas que les hacen a través de las redes sociales o la página web? ¿Quién las responde? ¿No las responden? ¿Tienen a una persona pendiente todos los días?

Está la coordinación de comunicaciones

15) ¿Han tenido inconvenientes, crisis o conflictos con la participación de la gente en estos espacios? ¿Comentarios negativos? Otros...

De todo se reciben, en internet siempre tiende uno a recibir cualquier tipo de comentario porque es como una herramienta muy fácil o muy buena para expresarse, igual si hay más libertad de expresión por más este medio es más potencia este proceso.

16) ¿Para qué piensa usted que son estos espacios en la web?

Realmente los espacios son de comunicación, son de compartir información entre usuarios y entre instituciones realmente, pero obvio no se toman en cuenta o no se toma como debía ser en algunas ocasiones.

17) Aparte de usted, ¿hay alguien más apoyando la labor desde el sitio web?

18) ¿Cuentan con una oficina para hacer estas labores? ¿Éstas están dentro de la institución?

19) ¿Con qué equipos cuentan (computadores, cámaras fotográficas y de vídeo, dispositivos móviles, otros)?

Se tienen dispositivos de video, videograbación, lo que es fotográfico, computadores y programas para poder procesar todo ese material.

20) ¿Para qué creen que son las herramientas 2.0?

Las herramientas 2.0 fueron creadas para poder hacer una división en cuanto al contenido que se maneja en internet, aunque esta herramienta sinceramente no ha sido muy bien aprovechada.

21) ¿Existe algún protocolo de ética para seleccionar la información que se publica?

Pues hay un protocolo, la idea es seguir ese protocolo para poder compartir cualquier tipo de información más desde una institución como la que tenemos nosotros, siempre hay que publicar información con supervisión del director.

22) ¿Permiten la participación de usuarios? ¿Es de manera libre o controlada?

La participación de usuarios se da en redes sociales porque son redes sociales libres, pero en cuanto al contenido que se difunde no, dependiendo del contenido que se vaya a difundir pues si este tiene sus permisos adecuados, si es un evento, si es alguna actividad cultural de otra persona que se va a realizar en la Biblioteca Pública, claro está que sí se podría.

**Entrevista Angye Lorena Acevedo Ferreira – Coordinadora de comunicaciones Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero**

1) ¿Desde hace cuánto está al frente del manejo de herramientas web de la institución?

Desde hace aproximadamente dos meses.

2) ¿Qué actores conforman la comunidad de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero?

Está conformada por diferentes áreas como la Red Departamental de Bibliotecas Públicas, la Red Municipal de Lectura y Escritura, Centro de producción de contenidos culturales de Norte de Santander, entre otros.

3) ¿Para usted qué significa hacer extensión institucional a través de herramientas web?

Es básicamente como hacer difusión de las diferentes actividades o eventos que se dan alrededor de esta Biblioteca.

4) ¿En la página web hay información específica para cada actor que conforma esta comunidad y posibilidad para la participación de los mismos?

Básicamente nosotros hacemos difusión de las diferentes actividades culturales externas que corporaciones, fundaciones o asociaciones que quieran que nosotros demos a conocer. Eso en cuanto al tema cultural y artístico.

5) ¿Qué herramientas web emplea la institución para extenderse? Por ejemplo, página web, blog o Facebook y Twitter.

Bueno actualmente contamos con página web, el Facebook, el instagram. Bueno creo que esas son básicamente las más importantes

6) ¿Cuántos seguidores tienen en Twitter?

En twitter contamos con 5181 seguidores

En Facebook 15369 seguidores

En instagram 1242 seguidores

7) ¿Qué tipo de información suministran a través de estos medios?

Actividades sobre las diferentes actividades o eventos culturales o artísticos o que se realicen en nuestras instalaciones o que tengan algún fin educativo.

8) ¿De qué forma publican la información? ¿Emplean textos, imágenes, vídeos u otros objetos?

Invitaciones, fotografías a nivel general pequeñas comunicaciones sobre las actividades que se desarrollan, videos, básicamente son esos.

9) ¿Qué respuesta reciben de los usuarios? ¿Cómo es su participación?

Bueno constantemente nosotros estamos interactuando con ellos porque hay un área específica de la corporación cultural que es el Instituto de Educación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, entonces hay muchas personas que están interesadas en hacer parte de los diferentes programas, cursos que ofrece este instituto y aparte hay otra comunidad muy interesada en el tema cultural, artístico y demás.

10) ¿Con qué periodicidad lo hacen? ¿Les contestan sus mensajes o preguntas?

Sí, diariamente entonces nosotros generalmente nos conectamos también a través de nuestros celulares personales y estamos contestando en el menor tiempo posible

11) ¿Emplean el correo electrónico como medio para informar e interactuar con su comunidad educativa? ¿Cómo es este procedimiento?

12) ¿Qué hacen con las preguntas que les hacen a través de las redes sociales o la página web? ¿Quién las responde? ¿No las responden? ¿Tienen a una persona pendiente todos los días?

13) ¿Han tenido inconvenientes, crisis o conflictos con la participación de la gente en estos espacios? ¿Comentarios negativos? Otros...

Sí, pues yo creo que básicamente hay diferentes comentarios porque muchas personas a veces no están de acuerdo con los diferentes eventos o actividades culturales, de pronto donde tenga que ver con algún tema político o con algunas personas que no gustan a nivel general, pero igual pues nosotros tratamos en lo posible de expresarles o responderles en el menor tiempo posible y de una forma positiva.

14) ¿Para qué piensa usted que son estos espacios en la web?

Primero, para difundir y dar a conocer las actividades que actualmente desarrolla la Biblioteca, segundo para promocionar los servicios, tercero para invitar también a la gente a las diferentes actividades.

15) Aparte de usted, ¿hay alguien más apoyando la labor desde el sitio web?

Actualmente hay una auxiliar del Instituto de la Biblioteca que también generalmente hace publicaciones de los cursos de la semana y a nivel general pero solo del instituto.

16) ¿Cuentan con una oficina para hacer estas labores? ¿Éstas están dentro de la institución?

Sí, nosotros contamos con una oficina que se encuentra ubicada en una de las áreas de la Biblioteca que es la Red Departamental de Bibliotecas Públicas

17) ¿Con qué equipos cuentan (computadores, cámaras fotográficas y de vídeo, dispositivos móviles, otros)?

Bueno, actualmente contamos con el computador de mesa, una cámara fotográfica y creo que por el momento eso.

18) ¿Para qué creen que son las herramientas 2.0?

Primero para conectar a las diferentes personas con todo el tema digital, con todo el tema de las redes y demás.

19) ¿Existe algún protocolo de ética para seleccionar la información que se publica?

Generalmente digamos el principal o el más importante para nosotros es que siempre que divulguemos o promocionemos actividades alrededor de nuestra razón de ser, que es decir el tema cultural y artístico.

20) ¿Permiten la participación de usuarios? ¿Es de manera libre o controlada?

La participación de usuarios se da a la hora de interactuar o de hacer comentarios demás en las publicaciones que nosotros hacemos, pero es básicamente así como ellos participan.

21) ¿Todos los eventos realizados por la institución son publicados a través de la página web o las redes sociales? ¿Quién hace este trabajo?

Sí, la mayoría. Por el momento solo lo estoy haciendo yo.

22) ¿Cómo es la respuesta de los usuarios en este tipo de eventos? ¿Participan, escriben o comparten información y objetos multimedia recolectados por ellos mismos durante estos eventos?

23) ¿Con qué formación profesional y actualizaciones cuenta usted como coordinador encargado de la administración de la página web y de las redes sociales?

Comunicador social

## Pasos metodológicos

Paso	Estrategia	Resultados
Exploración inicial	Estudiar los medios digitales y sus autores, para esto se tuvo en cuenta diferentes antecedentes a nivel internacional, nacional y regional, porque son una base guía para la investigación desarrollada.	Acorde a las diferentes unidades planteadas en la monografía se abordaron autores que corroboren la información para darle credibilidad a la investigación.
Delimitar propuesta	Analizar los diferentes medios digitales que tiene la Biblioteca Julio Pérez Ferrero, desde su creación hasta la participación e interacción de los cibernautas.	Revisar las redes sociales de la Biblioteca para saber el tipo de publicación que se realiza, eventos culturales y artísticos a desarrollar, novedades. Además de la interacción de los cibernautas en las publicaciones y mensajes internos.
Interpretación de los instrumentos de recolección de información	Realizar triangulación de los instrumentos realizados, tales como las fichas de chequeo de los sitios web y las entrevistas (director,	<ul style="list-style-type: none"><li>- Transcribir las entrevistas realizadas.</li><li>- Analizar la información dicha desde 3 puntos de vista diferente.</li></ul>

	coordinador de sistemas y coordinadora de comunicaciones)	- Realizar cruce de información con las entrevistas y la ficha de chequeo de los medios digitales.
Registro de resultados	Realizar el escrito con los resultados arrojados en los instrumentos.	Publicar los resultados encontrados en los instrumentos de recolección de información, para hacer recomendaciones y sugerencias para mejorar en la web.

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA			
NOMBRE	Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero		
DIRECCIÓN WEB	<a href="https://www.bibliocucuta.org/">https://www.bibliocucuta.org/</a>		
DIRECCIÓN FÍSICA	Avenida 1 No 12-35 Barrio la Playa	Municipio	Cúcuta
LEMA	Patrimonio que nos une		

INFORMACIÓN DE FACEBOOK			
¿Cuentan con un perfil o con un grupo en Facebook?	SI	NO	x
URL del grupo			
URL de Fan Page	<a href="https://www.facebook.com/BiblioCucuta/">https://www.facebook.com/BiblioCucuta/</a>		

¿Cuántos amigos en el primero?		¿Cuántos miembros en el segundo?	
¿Tienen FanPage en Facebook?	Sí	¿A cuántas personas les gusta?	15.548
¿Se interactúa desde este sitio web?		SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO
Se interactúa compartiendo frases célebres de autores que permitan generar opinión en los cibernautas, mostrando los talleres creativos que se realizan los fines de semana en la Biblioteca, así da la posibilidad de que usuarios pregunten sobre lo que se desarrolla en las salas infantiles y se interesen en ser partícipes de las mismas.			
¿Qué se comparte?: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hechos noticiosos del Ministerio de Cultura</li> <li>- Actividades gratuitas que realizan los museos de Norte de Santander, con el fin de generar participación en la comunidad.</li> <li>- Los cursos que ofrece la Institución de Educación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.</li> <li>- Actividades organizadas por la Secretaría de Cultura Departamental.</li> <li>- Actividades de interés que se realizan en la ciudad, como es el caso del día del teatro celebrado en la Universidad Simón Bolívar.</li> <li>- Información de interés de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas</li> <li>- Actividades artísticas y culturales realizadas en las instalaciones de la Biblioteca</li> </ul>			
¿Permiten que los amigos o fans interactúen?		SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO
¿De qué manera se permite esto? Dejando abierto la posibilidad de que los cibernautas realicen comentarios sobre lo publicado. Además, se muestra en público los números telefónicos de la Corporación para aclarar dudas y generar participación de los servicios gratuitos que la Biblioteca. También en lo posible se trata de dar respuesta rápida a los mensajes internos por Messenger.			
¿Qué tipo de información se comparte en esta página?			
Fotos	<input checked="" type="checkbox"/>	Videos	<input checked="" type="checkbox"/>
		Enlaces	<input checked="" type="checkbox"/>
		Audio	
		Otros	
¿Cuál(es)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Información de la Biblioteca Nacional.</li> <li>- Noticias relevantes del Ministerio de Cultura.</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cursos ofrecidos por la Institución de Educación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.</li> <li>- Feria Internacional del Libro de Bogotá.</li> <li>- Actividades que se realizan en las instalaciones de la Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.</li> <li>- Frases para incentivar a la lectura en niños, jóvenes y adultos.</li> <li>- Libros recomendados para la semana</li> </ul>
¿Qué información generan estos amigos o fans?	
<p>La información generada por los amigos o fans es para reconfirmar las actividades que se llevarán a cabo en las instalaciones de la Biblioteca. Además, comentarios positivos de los concursos, eventos, actividades y frases del día que se publican constantemente en el Fan Page, teniendo en cuenta que gran parte de las veces son compartidos y con interacciones de Me Gusta y Me Encanta, por la información valiosa que se brinda.</p>	

<b>INFORMACIÓN DEL TWITTER</b>			
¿Cuentan con un perfil en Twitter?		SI	x NO
¿Cuántos seguidores tiene?	5.199	¿A cuántos sigue?	549
¿Quiénes son esos seguidores?			
¿Cuál(es)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas interesadas en conocer los hechos novedosos de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero. Medios de comunicación nacionales, escritores, productores y realizadores culturales del departamento de Norte de Santander que quieran ser partícipes de las actividades realizadas en la corporación. También están las bibliotecas locales y nacionales que muestran lo que se desarrolla en su día a día, siendo la Biblioteca Nacional un ejemplo a seguir.</li> </ul>		

¿Qué actividad se adelanta desde Twitter?										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hechos noticiosos del Ministerio de Cultura</li> <li>- Actividades gratuitas que realizan los museos de Norte de Santander, con el fin de generar participación en la comunidad.</li> <li>- Los cursos que ofrece la Institución de Educación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.</li> <li>- Actividades organizadas por la Secretaría de Cultura Departamental.</li> <li>- Actividades de interés que se realizan en la ciudad, como es el caso del día del teatro celebrado en la Universidad Simón Bolívar.</li> <li>- Información de interés de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas</li> <li>- Actividades artísticas y culturales realizadas en las instalaciones de la Biblioteca</li> </ul>										
¿Qué utilidad le dan a esta red social?										
¿Qué tipo de información se comparte en esta página?										
Se evidencia que se publica lo mismo del Instagram y del Fan Page										
¿Cada cuánto lo hacen?										
Cada hora		Diario	x	Semanal		Mensual		Anual		No lo actualizan

Según el evento		Otro		¿Cuál?					
¿Permiten que sus seguidores interactúen?					SI	x	NO		
¿De qué manera lo hacen?:									
Se permite pero los seguidores no interactúan, ocasionalmente le dan me gusta a la publicación.									
¿Responden las preguntas que les hacen sus seguidores?					SI	x	NO		
¿Emiten solo información?					SI	x	NO		
¿Se informa a la comunidad educativa de alguna situación en especial?					SI	x	NO		
¿Permiten que la comunidad interactúe?					SI	x	NO		
¿En esta red se comparte?									
Información	x	Fotos	x	Vídeos	x	Enlaces	x	Audios	Otros
¿Cuál(es)? Sobre los eventos realizados y a desarrollar en las instalaciones de la Biblioteca.									
¿Qué información generan estos seguidores?									
No generan información									
¿Qué formas de distribución de información usan?									

--

<b>OTRAS REDES</b>										
Observaciones: La Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero no cuenta con boletines electrónicos.										
¿Generan <b>boletines electrónicos</b> ?							SI		NO	x
¿Cómo los distribuyen?:										
¿Cada cuánto lo hacen?										
URL de la sección										
Cada hora		Díari o		Semanal		Mensual		Anual		No lo actualizan
Según el evento		Otro		¿Cuál?						
¿Usan los <b>dispositivos móviles</b> para interactuar con su comunidad?							SI	x	NO	
Observaciones: Se utilizan los dispositivos móviles personales para aclarar o reconformar sobre las eventualidades a desarrollar.										
¿Cuentan con <b>whatsapp corporativo</b> ?							SI	x	NO	

Observaciones: Es utilizado para socializar toda eventualidad presentada en la corporación. Mencionando las visitas, eventos, cumpleaños de los trabajadores, convocan a reuniones; cabe resaltar que solo es utilizado para el público interno.											
¿Cuentan con un canal en <b>Youtube</b> ?							SI	x	NO		
URL del canal		<a href="https://www.youtube.com/results?search_query=biblioteca+julio+perez+ferrero">https://www.youtube.com/results?search_query=biblioteca+julio+perez+ferrero</a>									
Observaciones: Se tiene desactualizado desde hace varios meses, se tiene en cuenta para eventos primordiales como lo es la Fiesta del Libro de Cúcuta.											
¿Cada cuánto lo actualizan?											
Cada hora		Díario		Semanal		Mensual		Anual		No lo actualizan	x
Según el evento			Otro		¿Cuál?						
Otros recursos que ofrece la página web											
Chat		Foros		Aula virtual		Ubicación		Consultas		Sugerencias	
Reserva cupos			Otro		¿Cuál?						

Ficha de análisis de plataformas

## Publicaciones en medios digitales

En las siguientes imágenes de las redes sociales se evidenciará lo plasmado en la ficha de análisis de los medios digitales, porque se muestra las interacciones, reacciones, comentarios y el número de veces que se comparte la publicación, dado que unas son más interesantes que otras para el público externo de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero de la ciudad de Cúcuta.

Publicaciones en redes sociales		
Red Social	Imagen	Descripción
Facebook		<p>Actividades gratuitas que se realizan en la Sala General de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero.</p>



Facebook



Actividad a realizar con el adulto mayor que asiste a la Biblioteca Pública.

Facebook



Cine Club gratuito en la Biblioteca Pública.

<p>Facebook</p>		<p>Datos curiosos sobre la historia de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero.</p>
<p>Facebook</p>		<p>Concurso realizado para generar más interacción en el Facebook de la Biblioteca.</p>

Facebook



Actividades culturales que realizan otras entidades en el departamento de Norte de Santander.

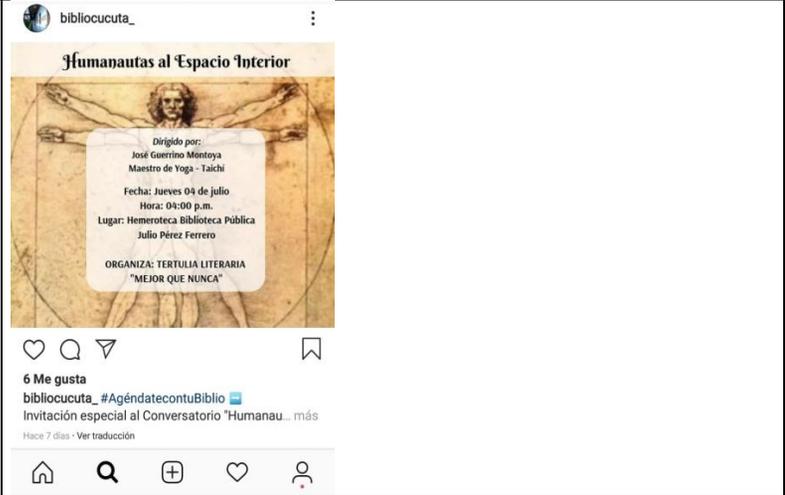
Facebook



Cursos que ofrece la Institución de Educación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero

<p>Instagram</p>		<p>Concurso para generar interacción en las redes sociales.</p>
<p>Instagram</p>		<p>Cine Foro gratuito en la Biblioteca Pública.</p>

Instagram



Actividades programadas para realizar en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, dirigidas por profesionales en el tema a socializar.

Instagram



Actividades programadas para realizar en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, dirigidas por profesionales en el tema a socializar.

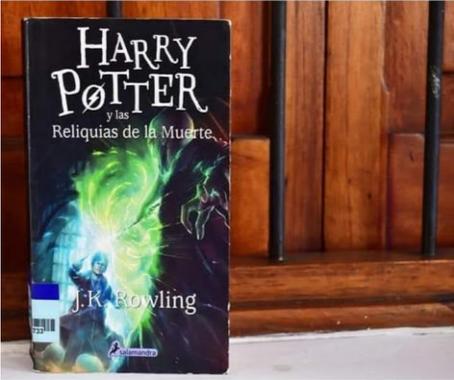
Instagram



Datos curiosos para hacer buen uso del servicio de préstamo de libros de la sala de consulta general.

Instagram

 bibliocucuta\_ 



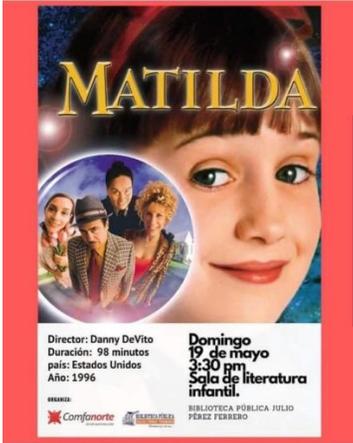
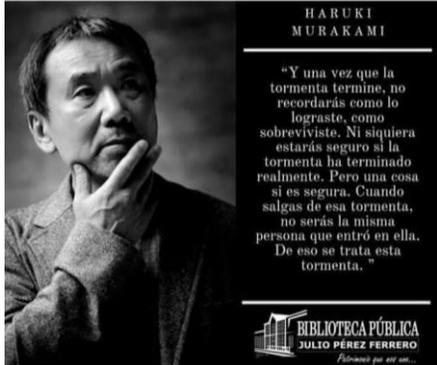
   

 Le gusta a **marcee\_paezz** y **13 más**

**bibliocucuta\_** #RecomendadodelDía | "Harry Potter y las Reliquias de la Muerte por J.K. Rowling", en... más

27 de mayo · Ver traducción

Libro recomendado del día.

<p>Instagram</p>	 <p>Le gusta a <a href="#">anamga12</a> y 21 más</p> <p><a href="#">bibliocucuta_</a> #InvitaciónEspecial   Disfruta de un fin de semana con lo mejor del Cine Familiar" Pripingo</p>	<p>Invitación para ver película en ámbito familiar, ya que la Biblioteca Julio Pérez Ferrero presta servicio todos los días de la semana.</p>
<p>Instagram</p>	 <p>Le gusta a <a href="#">alixeneida</a> y 12 más</p> <p><a href="#">bibliocucuta_</a> #FraseDelDía   "Y una vez que la tormenta termine, no recordarás como lo lograste, como sobreviviste. Ni siquiera estarás seguro si la</p>	<p>Frase del día</p>

Instagram

 bibliocucuta\_



 Le gusta a **alixeneida** y **20 más**

**bibliocucuta\_** #LoÚltimo |En el marco del Día internacional de los Museos celebrado el pasado 18 de mayo, se realizó la inauguración del 'Museo escolar Mnemósine' del Colegio Julio Pérez Ferrero en Cúcuta.

21 de mayo · Ver traducción

Evidencias por medio de fotografías la celebración del día internacional de los museos, y la forma como es celebrado en el Colegio Julio Pérez Ferrero en Cúcuta.

<p>Instagram</p>	 <p>The image shows an Instagram post from the account 'bibliocucuta_'. The post features a photograph of a woman reading to a young child. To the right of the photo is a text box with the following information:         <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Bebetecas</b></li> <li>Talleres para promover la lectura en los niños a partir de los vínculos afectivos</li> <li>05 - 12 - 19 de mayo</li> <li>Hora: 09:30 a 11:30 a.m.</li> <li>Lugar: Sala de Lectura Infantil Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero</li> <li><b>ENTRADA LIBRE !</b></li> </ul>         Below the text box is the logo for 'BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ FERRERO' with the slogan 'Felicidad por ser así...'. The post has received 27 likes and a caption that reads: 'Le gusta a marcee_paezz y 27 más bibliocucuta_ Prográmate   Con el "Taller de Bebetecas" espacio creado con el objetivo de... más Ver los 5 comentarios'.</p>	<p>Invitación a los espacios que ofrece la Biblioteca Julio Pérez Ferrero para la primera infancia.</p>																																																									
<p>Twitter</p>	 <p>The image shows a screenshot of a Twitter post from the account 'Bibi Julio Pérez F. @bibliocucuta'. The tweet is about the 'Tercera edición Village Festival' and includes a detailed program schedule. The tweet text is:         <p>Planificación Especial ▶ A la Tercera edición Village Festival, un encuentro regional de viajeros, ciclistas y motorizados, que se llevará a cabo desde ¡hoy! viernes 21 al lunes 24 de junio de 2023, en Eco Hostel Villa Paraiso 🌿🚲🏍️</p> <p>Mayor información: Boletería ☎️ 2212837901</p> <p>The program schedule is as follows:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Viernes 23 de junio</th> <th>Sábado 24 de junio</th> <th>Domingo 25 de junio</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07:00 am - 08:00 pm</td> <td>07:00 am - 12:00 pm</td> <td>07:00 am - 08:00 pm</td> </tr> <tr> <td>Exposición en el Parque</td> <td>Exposición en el Parque</td> <td>Exposición en el Parque</td> </tr> <tr> <td>08:00 am - 09:00 pm</td> <td>08:00 am - 09:00 pm</td> <td>08:00 am - 09:00 pm</td> </tr> <tr> <td>09:00 am - 10:00 pm</td> <td>09:00 am - 10:00 pm</td> <td>09:00 am - 10:00 pm</td> </tr> <tr> <td>10:00 am - 11:00 pm</td> <td>10:00 am - 11:00 pm</td> <td>10:00 am - 11:00 pm</td> </tr> <tr> <td>11:00 am - 12:00 pm</td> <td>11:00 am - 12:00 pm</td> <td>11:00 am - 12:00 pm</td> </tr> <tr> <td>12:00 pm - 01:00 pm</td> <td>12:00 pm - 01:00 pm</td> <td>12:00 pm - 01:00 pm</td> </tr> <tr> <td>01:00 pm - 02:00 pm</td> <td>01:00 pm - 02:00 pm</td> <td>01:00 pm - 02:00 pm</td> </tr> <tr> <td>02:00 pm - 03:00 pm</td> <td>02:00 pm - 03:00 pm</td> <td>02:00 pm - 03:00 pm</td> </tr> <tr> <td>03:00 pm - 04:00 pm</td> <td>03:00 pm - 04:00 pm</td> <td>03:00 pm - 04:00 pm</td> </tr> <tr> <td>04:00 pm - 05:00 pm</td> <td>04:00 pm - 05:00 pm</td> <td>04:00 pm - 05:00 pm</td> </tr> <tr> <td>05:00 pm - 06:00 pm</td> <td>05:00 pm - 06:00 pm</td> <td>05:00 pm - 06:00 pm</td> </tr> <tr> <td>06:00 pm - 07:00 pm</td> <td>06:00 pm - 07:00 pm</td> <td>06:00 pm - 07:00 pm</td> </tr> <tr> <td>07:00 pm - 08:00 pm</td> <td>07:00 pm - 08:00 pm</td> <td>07:00 pm - 08:00 pm</td> </tr> <tr> <td>08:00 pm - 09:00 pm</td> <td>08:00 pm - 09:00 pm</td> <td>08:00 pm - 09:00 pm</td> </tr> <tr> <td>09:00 pm - 10:00 pm</td> <td>09:00 pm - 10:00 pm</td> <td>09:00 pm - 10:00 pm</td> </tr> <tr> <td>10:00 pm - 11:00 pm</td> <td>10:00 pm - 11:00 pm</td> <td>10:00 pm - 11:00 pm</td> </tr> <tr> <td>11:00 pm - 12:00 pm</td> <td>11:00 pm - 12:00 pm</td> <td>11:00 pm - 12:00 pm</td> </tr> </tbody> </table> <p>At the bottom of the program, it lists 'PATROCINADORES' and 'ARTISTAS'.</p> </p>	Viernes 23 de junio	Sábado 24 de junio	Domingo 25 de junio	07:00 am - 08:00 pm	07:00 am - 12:00 pm	07:00 am - 08:00 pm	Exposición en el Parque	Exposición en el Parque	Exposición en el Parque	08:00 am - 09:00 pm	08:00 am - 09:00 pm	08:00 am - 09:00 pm	09:00 am - 10:00 pm	09:00 am - 10:00 pm	09:00 am - 10:00 pm	10:00 am - 11:00 pm	10:00 am - 11:00 pm	10:00 am - 11:00 pm	11:00 am - 12:00 pm	11:00 am - 12:00 pm	11:00 am - 12:00 pm	12:00 pm - 01:00 pm	12:00 pm - 01:00 pm	12:00 pm - 01:00 pm	01:00 pm - 02:00 pm	01:00 pm - 02:00 pm	01:00 pm - 02:00 pm	02:00 pm - 03:00 pm	02:00 pm - 03:00 pm	02:00 pm - 03:00 pm	03:00 pm - 04:00 pm	03:00 pm - 04:00 pm	03:00 pm - 04:00 pm	04:00 pm - 05:00 pm	04:00 pm - 05:00 pm	04:00 pm - 05:00 pm	05:00 pm - 06:00 pm	05:00 pm - 06:00 pm	05:00 pm - 06:00 pm	06:00 pm - 07:00 pm	06:00 pm - 07:00 pm	06:00 pm - 07:00 pm	07:00 pm - 08:00 pm	07:00 pm - 08:00 pm	07:00 pm - 08:00 pm	08:00 pm - 09:00 pm	08:00 pm - 09:00 pm	08:00 pm - 09:00 pm	09:00 pm - 10:00 pm	09:00 pm - 10:00 pm	09:00 pm - 10:00 pm	10:00 pm - 11:00 pm	10:00 pm - 11:00 pm	10:00 pm - 11:00 pm	11:00 pm - 12:00 pm	11:00 pm - 12:00 pm	11:00 pm - 12:00 pm	<p>Programación cultural por entidad del departamento de Norte de Santander.</p>
Viernes 23 de junio	Sábado 24 de junio	Domingo 25 de junio																																																									
07:00 am - 08:00 pm	07:00 am - 12:00 pm	07:00 am - 08:00 pm																																																									
Exposición en el Parque	Exposición en el Parque	Exposición en el Parque																																																									
08:00 am - 09:00 pm	08:00 am - 09:00 pm	08:00 am - 09:00 pm																																																									
09:00 am - 10:00 pm	09:00 am - 10:00 pm	09:00 am - 10:00 pm																																																									
10:00 am - 11:00 pm	10:00 am - 11:00 pm	10:00 am - 11:00 pm																																																									
11:00 am - 12:00 pm	11:00 am - 12:00 pm	11:00 am - 12:00 pm																																																									
12:00 pm - 01:00 pm	12:00 pm - 01:00 pm	12:00 pm - 01:00 pm																																																									
01:00 pm - 02:00 pm	01:00 pm - 02:00 pm	01:00 pm - 02:00 pm																																																									
02:00 pm - 03:00 pm	02:00 pm - 03:00 pm	02:00 pm - 03:00 pm																																																									
03:00 pm - 04:00 pm	03:00 pm - 04:00 pm	03:00 pm - 04:00 pm																																																									
04:00 pm - 05:00 pm	04:00 pm - 05:00 pm	04:00 pm - 05:00 pm																																																									
05:00 pm - 06:00 pm	05:00 pm - 06:00 pm	05:00 pm - 06:00 pm																																																									
06:00 pm - 07:00 pm	06:00 pm - 07:00 pm	06:00 pm - 07:00 pm																																																									
07:00 pm - 08:00 pm	07:00 pm - 08:00 pm	07:00 pm - 08:00 pm																																																									
08:00 pm - 09:00 pm	08:00 pm - 09:00 pm	08:00 pm - 09:00 pm																																																									
09:00 pm - 10:00 pm	09:00 pm - 10:00 pm	09:00 pm - 10:00 pm																																																									
10:00 pm - 11:00 pm	10:00 pm - 11:00 pm	10:00 pm - 11:00 pm																																																									
11:00 pm - 12:00 pm	11:00 pm - 12:00 pm	11:00 pm - 12:00 pm																																																									

<p>Twitter</p>		<p>Se tienen en cuenta la campaña de Leer es mi cuento, de la Biblioteca Nacional de Colombia.</p>
<p>Twitter</p>		<p>Actividades sin costo para realizar en la Biblioteca Julio Pérez Ferrero.</p>
<p>Twitter</p>		<p>Frases del día.</p>

<p>Twitter</p>		<p>Socializaciones de proyectos ejecutados en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.</p>
<p>Twitter</p>		<p>Conversatorio dirigido principalmente al grupo de tertulia "Mejor que nunca".</p>
<p>Twitter</p>		<p>Refranes en torno a la Biblioteca</p>

<p>Twitter</p>	 <p>Conferencia realizada en la Biblioteca, dirigida por profesional especialista en el tema.</p>
<p>Twitter</p>	 <p>Se le empieza a dar relevancia a la Fiesta del Libro de Cúcuta, ya que es uno de los eventos más importantes de la región.</p>

