

DISEÑO DE UNA REVISTA PARA LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD
PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA

LINA FERNANDA JOYA MÁRQUEZ
Comunicadora Social-Periodista – Modalidad pasantía

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
BUCARAMANGA
2010

DISEÑO DE UNA REVISTA PARA LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD
PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA

LINA FERNANDA JOYA MÁRQUEZ
Comunicadora Social-Periodista – Modalidad pasantía

Beatriz Elena Mantilla Ortiz
Comunicadora Social-Periodista
Supervisor de la Pasantía

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISTA
BUCARAMANGA
2010

TABLA DE CONTENIDO

- RESUMEN**
- ABSTRACT**
- INTRODUCCIÓN**
- 1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**
 - 1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA**
 - 1.2 DIRECCIÓN**
 - 1.3 RESEÑA HISTÓRICA**
 - 1.4 ACTIVIDAD ECONÓMICA**
 - 1.5 MISIÓN**
 - 1.6 VISIÓN**
 - 1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**
 - 1.8 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL EGRESADO**
 - 1.8.1 Oferta de servicios y beneficios**
 - 1.8.2 El origen**
 - 1.8.3 Objetivo General**
 - 1.8.4 Objetivos Específicos**
 - 1.8.5 Misión**
 - 1.8.6 Visión**
 - 1.8.7 Principios y Valores**
- 2. REFERENTE CONCEPTUAL**
- 3. OBJETIVO GENERAL**
 - 3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**
- 4. INFORME CENTRAL**
 - 4.1 SONDEO**
 - 4.1.1 Conclusiones del Sondeo**
- 5. CONCLUSIONES**
- RECOMENDACIONES**
- BIBLIOGRAFIA**
- ANEXOS**

RESUMEN

DISEÑO DE UNA REVISTA PARA LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA.

**LINA FERNANDA JOYA MÁRQUEZ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BEATRIZ ELENA MANTILLA ORTIZ**

El proyecto está basado en la implementación de un nuevo medio de comunicación que se creó para los egresados, estudiantes de últimos semestres de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga y empresarios de los diferentes campos profesionales.

Su objetivo es tener un portafolio de servicios que cuente con información acerca de contenidos laborales, la vida, social, académica y deportiva de la Universidad, de esta manera brinda la oportunidad de conocer y estar actualizados en temas profesionales y académicos.

La revista Impacto cumple diferentes objetivos entre los que se encuentran, promover el apoyo que brinda la Universidad por medio de la bolsa de empleo y los convenios que se generan con las empresas, para permitir a los graduados conocer las posibilidades laborales existentes en el mercado y así conseguir empleo más rápidamente.

Durante el desarrollo de la revista se determinó que la característica más importante para un medio de comunicación es contar con un Proyecto Comunicativo que determina la caracterización y propósitos con los que va a continuar la publicación, como público objetivo, temática, estructura, secciones, periodicidad, participación de los diferentes redactores, procedimiento para la redacción y publicación, para que la metodología sea acorde a la planeación estratégica y genere una identidad al mantener un mismo estilo.

PALABRAS: EGRESADOS, REVISTA, IMPACTO, EMPRESARIOS, PROFESIONALES, EMPLEO, EMPRESAS, GRADUADOS.

ABSTRACT

DESIGN OF A MAGAZINE FOR THE GRADUATES OF THE PONTIFICIA BOLIVARIANA UNIVERSITY BUCARAMANGA SECTIONAL.

**LINA FERNANDA JOYA MÁRQUEZ
FACULTY OF SOCIAL COMUNICACION
BEATRIZ ELENA MANTILLA ORTIZ**

This project is based on the implementation of a new way of communication that was created for the graduates, students from last semesters and entrepreneurs from different professionals areas.

The main objective is to have a guide where the readers can find information like job opportunities, social life, academic activities and sports events that the university offers to the students. Also, the magazine gives the opportunity that the people can be informed and updated about professional and academic themes.

Impact magazine accomplishes many objectives, for example, it promotes the help that the University gives to the students for job opportunities and the agreements that it has with different companies. This helps to the students to know the job vacancies, and to find a job quickly.

During the development of this project, we established that the most important characteristic for this way of communication is to have a Communicative Project. The Communicative Project establishes the description and the purposes that the magazine should have to keep the publication. There are elements like target readers, thematic, structure, sections, recurrence, editores's participation, procedure for the redaction and publication, that this Communicative Project should contain. These elements are important for that methodology will be agree with the strategic planning and it generates an identity and keep a same style.

WORDS: GRADUATE STUDENTS, MAGAZINE, IMPACT, ENTREPRENEURS, PROFESIONALS, JOB, COMPANIES, GRADUATES.

INTRODUCCIÓN

El presente documento relata la implementación de un medio de comunicación institucional cuyo propósito principal es dinamizar la relación con los egresados y estudiantes de últimos semestres, mantenerlos informados, educarlos respecto a temas de su interés, divulgar posibilidades laborales en el mercado y mantener una cercanía con los mismos.

Es así como, los medios de comunicación se consideran en la actualidad, como un instrumento para impulsar y modificar la cultura, capaz de construir y generar diferentes conocimientos y opiniones entre la gente.

Es por ello y considerando la relevancia de mantener un vínculo profesional con el egresado, la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga propició la creación de la una revista institucional para éste público. Fue así como el Departamento de Bienestar Universitario y el Área de Atención al Egresado, crearon la Revista Impacto con el fin de producir y difundir la información relacionada con los temas laborales, vida profesional y actividades desarrolladas por la academia para los graduados.

Durante la experiencia de creación y elaboración, la revista se convirtió en una oportunidad para que docentes, directivos, egresados, se integren alrededor de su contenido ya sea aportando información, sugiriendo temas, elaborando escritos, leyéndola, recomendándola, entre otros aspectos.

De esta manera, la estrategia aplicada para evaluar el nuevo medio de comunicación, sus fortalezas y debilidades, generó un proceso de participación pues se realizó un sondeo con los lectores para medir los principales aciertos que tuvo la primera publicación y poder hacer una retroalimentación que se refleje en una estrategia de mejoramiento acorde a las expectativas del público objetivo.

El sondeo arrojó una importante aceptación y satisfacción tanto por la creación del medio, como por sus contenidos, enfoques, estilo de redacción. A la vez se formularon propuestas para futuras ediciones.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

La Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, seccional Bucaramanga.

1.2 DIRECCIÓN

Autopista Piedecuesta Kilómetro 7

1.3 RESEÑA HISTÓRICA

Según el artículo publicado en la página web de la Institución sobre su reseña histórica, se plantea que a mediados de 1988 revive la iniciativa arquidiocesana de fundar para el nor-oriente Colombiano una Universidad Católica, al servicio del hombre y de la sociedad, que brinde formación integral a los profesionales, para que a través de la investigación y el servicio a la comunidad trabajen por el cambio hacia una nueva sociedad.

Fue así como el 11 de octubre de 1988 se firma el acta de intención, con la cual se concreta este sueño y desde entonces, la Seccional acoge como propios la misión y los principios fundamentales que rigen a toda la Universidad Pontificia Bolivariana.

La Seccional Bucaramanga nace por interés de un grupo entusiasta de religiosos, empresarios, profesionales y educadores, entre quienes vale destacar a sus promotores los doctores: Luis Enrique Aramburo Bolaños, Luis Alfonso Díaz Nieto, Sergio Gamboa Sepúlveda, Álvaro García Pinzón, Hernán Porras Díaz, Jorge E. Viccini Ramírez (q.e.p.d.), Mons. Isaías Duarte Cancino (q.e.p.d.), Mons. Darío Múnera Vélez y Mons. Néstor Navarro Barrera; quienes bajo la orientación y el apoyo del entonces Arzobispo de la ciudad, Mons. Héctor Rueda Hernández, hicieron realidad este gran sueño.

El funcionamiento de la UPB Seccional Bucaramanga, está autorizado por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior -ICFES, según Acuerdo No. 083 del 12 de julio de 1990. Con este aval inicia labores académicas el segundo semestre de 1991 con el programa de pregrado de Ingeniería Electrónica. En ese momento y hasta 1998 la Rectoría estuvo bajo la dirección de Mons. Jesús Quiroz Crispín (q.e.p.d.), posteriormente fue elegido Mons. Néstor Navarro Barrera y a partir del 2007 fue designado para este cargo Mons. Primitivo Sierra Cano.

La UPB Bucaramanga desde 1998 tiene su sede, ubicada en el Km. 7 de la Autopista que de Bucaramanga conduce a Piedecuesta. Es un proyecto arquitectónico moderno que contempla un campus universitario con un área construida de aproximadamente 35.000 metros cuadrados que serán desarrollados en cinco etapas, de las cuales están en funcionamiento las dos primeras con un total de 10 edificios.

En la actualidad la Seccional se encuentra bien posicionada en el medio universitario y goza de gran prestigio en el ámbito local y regional, cuenta con cerca de 4000 estudiantes de pregrado y postgrado agrupados en 11 carreras, 2 de ellas con acreditación de alta calidad (Ing. Electrónica y Psicología) y 13 especializaciones. Todos estos programas poseen Registro Calificado.

Además de la alta calidad académica y la solidez financiera, que ubican a la institución en uno de los primeros lugares de la ciudad, cabe destacar su balance social, en aportes como: becas, ayudas y rebajas a los estudiantes y empleados de más escasos recursos lo que significa una suma significativa en la vida de la Universidad.

1.4 ACTIVIDAD ECONÓMICA

La Universidad Pontificia Bolivariana, es una institución de educación superior, de carácter privado, sin ánimo de lucro, fundada y regentada por la Arquidiócesis de Medellín. Es una persona jurídica de derecho eclesiástico y civil, reconocida por la iglesia y por el Estado Colombiano para su funcionamiento y expedición de títulos universitarios. Cumple su misión y sus propósitos mediante el ejercicio de las funciones específicas de toda institución universitaria.

1.5 MISIÓN

La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como misión la formación integral de las personas que la constituyen, mediante la evangelización de la cultura, la búsqueda constante de la verdad, en los procesos de docencia, investigación, proyección social y la reafirmación de los valores desde el humanismo cristiano, para el bien de la sociedad.

1.6 VISIÓN

La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como visión, ser una institución católica de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país.

1.8 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL EGRESADO

Como está planteado en el informe de gestión del segundo semestre del 2008, el trabajo conglomerado de la academia ha querido materializar las políticas sobre la relación academia – graduados, la Institución cuenta con una dependencia adscrita al Departamento de Bienestar Universitario: La Oficina de Atención al Egresado, encargada de coordinar las diferentes actividades institucionales relacionadas directamente con los graduados, su propósito es servir de enlace y canal de comunicación entre los profesionales y la universidad, privilegiando un acompañamiento permanente, manteniendo el vínculo con la Universidad y logrando evaluar el factor diferenciador de los graduados como ventaja competitiva según la pertinencia, calidad e impacto de los programas académicos.

La Oficina de Atención al Egresado realiza su gestión a través de una coordinadora del área acompañada por un grupo de colaboradores conformado por un practicante de Psicología, uno de Ingeniería Industrial, un pasante de Comunicación Social y un monitor administrativo quienes han apoyado la gestión para que se lleven a cabo los objetivos y la prospectiva de la coordinación, lo cual ha generado un mayor portafolio que permite la interacción entre graduados y Universidad.

1.8.1 Oferta de servicios y Beneficios. La Oficina de Atención al Egresado brinda diferentes servicios y beneficios, para lograr un mejor desarrollo humano y profesional en los graduados, estos son:

- Orientación para enfrentar procesos de selección
- Curso de formación hacia la vida profesional
- Red de apoyo de vinculación laboral como bolsa de empleo
- Recepción del boletín electrónico “Conexión Bolivariana y Micronotas”
- Recepción virtual del informativo Institucional Brújula
- Cuenta gratuita de correo electrónico institucional

- Consulta de libros y/o bases de datos especializadas dentro de la sala de biblioteca
- Orientación para la creación de empresas
- Apoyo en proyectos académicos sobre oportunidades de posgrados y becas en el exterior
- Acceso a los beneficios que brinda acompañamiento y formación espiritual en capellanía, servicios de Bienestar Universitario, entre otros.
- Descuento del 10% para egresados que se matriculen en diferentes eventos académicos de educación continua y extensión que ofrezca la Universidad
- Descuento del 10% en el valor de la matrícula para los egresados, extensivo a su cónyuge, hijos, padres y hermanos, que se matriculen en diplomados y posgrados ofrecidos por la UPB Seccional Bucaramanga
- Descuentos especiales en consulta psicológica en el Centro de Proyección Social IPS y en cursos de idiomas en el Centro de Idiomas UPB, igualmente en diferentes gimnasios y en la Clínica odontológica Smiles.

1.8.2 El origen. Las demandas de la sociedad actual, promueven la necesidad de un profesional responsable, con la creación de condiciones que contribuyan al enriquecimiento social. Es por ellos; que la educación superior se convierte en un soporte de proyección, comprometido con el progreso académico, político, tecnológico y cultural de la región.

Ante eso la Universidad Pontificia Bolivariana, manifiesta la intención permanente de querer servir y acompañar a nuestros profesionales Bolivarianos estrechando lazos de unión e integración dirigidos a formar parte de la dinámica institucional, basada en la excelencia académica y humana, que se ven cristalizados a través del empeño de la Oficina de Atención al Egresado, dependencia interesada en brindar apoyo, orientación y bienestar; creando condiciones favorables hacia procesos de desarrollo humano, profesional, ético y social, promoviendo así el enriquecimiento de nuestra familia Bolivariana.

1.8.3 Objetivo General: Fortalecer lazos de unión entre Egresados y la Universidad, mediante una comunicación permanente que logre un vínculo de afiliación y compromiso para con la Institución y con la sociedad que contribuya desde sus competencias y formación integral con el progreso del país.

1.8.4 Objetivos Específicos:

- Destinar espacios académicos, deportivos, sociales y culturales que favorezcan al desarrollo integral de las competencias de los Egresados.
- Ofrecer apoyo de prevención mediante capacitaciones a los Egresados y estudiantes de últimos semestre que favorezcan su desarrollo integral en el desempeño hacia la vida profesional a través de un patrón estratégico dirigido a un dominio competitivo.
- Apoyar la inserción de los profesionales bolivarianos en el medio laboral mediante la puesta en servicio de una Bolsa de Empleo.
- Promover las vacantes laborales que se ofrecen dentro de la Universidad a fin de contribuir a la vinculación de Egresados dentro de la Institución.
- Invitar a los egresados a continuar en la formación académica a través de los programas de posgrado y becas en el exterior.
- Generar espacios de acercamiento que promuevan la participación activa dentro de las actividades y encuentros programados Institucionalmente.
- Ser apoyo, orientación y bienestar para los profesionales a través de servicios ofrecidos con estándares de calidad.
- Incentivar a los profesionales y diseccionarlos con el centro de emprendimiento de la Institución.

1.8.5 Misión: La Oficina de Atención al Egresado tiene como misión fortalecer y mantener los vínculos entre Egresados y la Universidad mediante el desarrollo de la orientación en las habilidades en el campo profesional;

reafirmando los valores éticos y humanos que conllevan a la búsqueda constante de la verdad, investigación y servicio, para crear condiciones de bienestar que contribuyan al desarrollo integral de los profesionales y al enriquecimiento de la Institución.

1.8.6 Visión: Ser enlace activo e integral en el desarrollo y crecimiento del potencial de la Oficina del Egresado, a través del ofrecimiento de servicios y benéficos que enaltezcan la dinámica académica, científica, social y cultural de los egresados como puente de comunicación y participación con la Universidad.

1.8.7 Principios y Valores: La Universidad Pontificia Bolivariana, como institución educativa de la Iglesia Católica, la promoción y el apoyo, desde el espíritu del evangelio, los siguientes valores:

- Reconocimiento y respeto por cada una de las personas, sin discriminación alguna.
- La búsqueda de la verdad y el conocimiento
- La solidaridad
- La justicia
- La honradez
- La creatividad e innovación
- La lealtad
- El compromiso con la paz y el desarrollo del país

2. REFERENTE CONCEPTUAL

La comunicación es una herramienta no sólo de propaganda y de corte informativo, sino que resulta hoy un campo de creación. Es un instrumento de difusión y creación de sentidos, para un imaginario social cada vez más exigente en las formas y contenidos.

Según Víctor Rojas en su artículo “¿Qué es comunicación? y ¿qué es comunicar?”, plantea que la comunicación no sólo es la transmisión de mensajes, como algunas teorías de la comunicación lo han dicho o confirmado; la comunicación es conocimiento, aprendizaje y cultura. Comunicar es transmitir mensajes de otra cultura, pero así aprender de ella; transmitir conocimientos, formas de pensar y actuar; pero a la vez aprender estos procesos de comunicación.

Teniendo en cuenta que la comunicación es el proceso de crear y compartir significados mediante el uso de símbolos, enfatizamos así que la comunicación es un proceso, considerándolo así como una actividad continua, esto implica que es algo más que información o transmisión de conocimientos.

En todo proceso comunicativo, se informa de algo: sentimientos, emociones o acontecimientos y en el proceso informacional se caracteriza sólo por la transmisión de datos. La comunicación implica información pero la información no implica comunicación.

La comunicación por tanto, permite la modificación de los comportamientos mientras que la información habilita una transmisión de mensajes unidireccionales, que consisten en dar a conocer algo a alguien; por su parte, la comunicación es un proceso que no sólo implica informar, sino también retroalimentar, es decir, que se da necesariamente en dos direcciones.

Como medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación.

Los medios de comunicación a través del tiempo se han convertido en el elemento más representativo de la evolución de la tecnología humana.

Los medios de comunicación se dividen en tres grandes grupos, los masivos, complementarios y alternativos, siendo los masivos los más importantes se clasifican en medios impresos, medios sonoros, medios visuales y medios audio-visuales.

Dichos medios de comunicación ejercen una poderosa influencia en la sociedad; estos son llamados medios de comunicación masiva y los más importantes son sin duda, la prensa, la radio y la televisión.

Según María Belda en su artículo "Medios de Comunicación Masiva" plantea, que las revistas son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales, son también una publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varios temas o sobre uno determinado que tiene como ventaja tener una cierta especialización temática, una alta calidad de impresión, una alta permanencia, y una alta probabilidad de varios lectores por ejemplar. Aunque también tiene sus desventajas que en este caso serian la baja cobertura que tienen, la lenta propagación del mensaje y el alto costo por contacto.

Las revistas tienen diferentes géneros periodísticos como son el informativo que se fundamenta en las noticias y en los reportajes objetivos, el de opinión que constituye el planteamiento personal de quien lo escribe acerca de un tema de actualidad y el interpretativo que combina la información con la opinión y de esa mezcla surgen las crónicas, los reportajes interpretativos y las entrevistas.

Es por esto que la revista Impacto forma parte de un grupo masivo - selectivo, siendo una edición con público objetivo seleccionado, teniendo así las diferentes ventajas y desventajas que estos medios ofrecen.

Sus principales ventajas son: selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico¹.

Impacto hace referencia a una revista institucional que suele ser pensada en las organizaciones como una instancia de comunicación unidireccional, que parte de un emisor que decide y valora los contenidos comunicables y un receptor que debe limitarse a "informarse" sobre los contenidos que otro valora como importante.

Según la Licenciada Carina Mazzola, en su artículo "Herramientas para mejorar la revista institucional", plantea que esta publicación es un canal de comunicación y no la comunicación en sí misma. Esto requiere pensarla dentro de una estrategia de comunicación enfocada hacia la cultura organizacional y hacia sus problemáticas internas.

Conociendo que una estrategia de comunicación sea una revista institucional para los egresados, esta publicación requiere tener claros los objetivos y los resultados que se puedan obtener. Es por esto que es muy importante que una revista institucional contemple los dos niveles que son información que hace referencia a una relación unidireccional donde hay alguien que emite y alguien que recibe y la comunicación que hace referencia a una relación donde emisores y receptores alteran sus roles en la secuencia comunicativa.

Por lo tanto y como ya lo había mencionado antes la comunicación permite la modificación de los comportamientos mientras que la información habilita una

¹ Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, 2003, Pág. 489.

transmisión de mensajes unidireccionales, así una complementa a la otra para poder llegar al objetivo que en este caso tiene la institución que es mantener un vínculo con el egresado y el contexto en el que él se desarrolla en su vida laboral.

3. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una revista para los egresados de la UPB Bucaramanga, que permita crear un portafolio de servicios que cuente con información acerca de contenidos laborales, la vida, social, académica y deportiva de la Universidad.

3.1 Objetivos Específicos:

- Promover el vínculo que existe entre el graduado y la Universidad por medio de participación dentro de la revista.
- Incentivar la colaboración de los egresados en las actividades y ventajas que le ofrece la Universidad.
- Promover encuentros y reuniones de graduados de la Universidad.
- Exaltar los egresados que se han destacado a lo largo de su carrera profesional y laboral, obteniendo reconocimientos.

4. INFORME CENTRAL

Acorde a los objetivos estratégicos de la dependencia, desde la experiencia de pasantía de comunicación social se planteó un cronograma de actividades que incluyó como principal fin la creación de la Revista Impacto.

Este proyecto comenzó con la investigación teórica de los diferentes temas que se deben tener en cuenta en el momento de la creación de un medio de comunicación como lo es la revista, definiciones, características, estilo, redacción.

Teniendo en cuenta que un nuevo medio de comunicación se considera en la actualidad como un instrumento para impulsar y modificar la cultura, que promueve un dialogo, difunde ideas y opiniones, hay que tener en cuenta diferentes conceptos en el momento de su creación que en este caso sería el de la revista.

El primer paso para la creación fue determinar hacia qué público directo e indirecto iba a ser dirigida la publicación, siendo un gran desafío el elaborar un contenido que cubra los intereses de todos los destinatarios elaborando un mensaje unificado y coherente con la imagen institucional.

El siguiente paso fue quienes iban a participar en la elaboración de la revista, editor, director, columnistas y consejo de redacción. Teniendo esto claro el paso a seguir es uno de los más importantes debido a que los contenidos son la parte fundamental del éxito de la revista.

Para lograr la identificación de las personas debemos conocer y tener en cuenta sus intereses para que el publico elija leernos, es por esto que se necesitó involucrar al algunos individuos de nuestro público objetivo para que pudiéramos tener una idea de cuales serian los temas de su interés.

El cuarto paso a seguir para que llegue e interese a todos fue el esquema de las secciones, el nombre y los temas que irían en la primera edición de la revista su diseño, la elección del formato (digital o impreso), la frecuencia de aparición, los cuales se escogieron mancomunadamente con la coordinadora del área.

Al tener esto definido se inició la recopilación de información e investigación para redactar los artículos, se buscó bibliografía con las diferentes fuentes, libros, artículos, entrevistas e internet. Teniendo en cuenta que la revista iba a llevar noticias de actividades que se habían desarrollado durante el crecimiento del área de egresados se hizo un back up de fotos e información para escoger las que se incluirían.

Se realizaron entrevistas a diferentes egresados para la sección Orgullo UPB en la que se exalta su trabajo, nivel de desempeño laboral y su trayectoria a nivel profesional.

Para que en la publicación existiera participación por parte de profesores, decanos y directores de facultad, se creó una sección exclusivamente para ellos. Se envió una carta de invitación para que hicieran parte de esta con tema libre, posteriormente se realizó la recolección y edición de los mismos.

La asesoría editorial y corrección de estilo se hizo en conjunto con la coordinadora del área y el Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas UPB, por la premura del tiempo no se pudo realizar un consejo de redacción más amplio, las correcciones y modificaciones se completaron y fue enviado a donde iba ser impresa, Futura.

Además de la revista desarrollé diferentes actividades como recopilar información de la oficina de egresados para la revista institucional Brújula.

Construcción del boletín Conexión Bolivariana para egresados vía email.

Corrección del Brochure de la oficina.

Colaboración con el segundo encuentro de egresados de la UPB Bucaramanga.

4.1 SONDEO

Según Martín Ibarra en su libro Metodología de la investigación social, plantea que un sondeo de opinión es una medición estadística tomada a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública. Estas mediciones se realizan por medio de muestreos que, usualmente, están diseñados para representar las opiniones de una población llevando a cabo una serie de preguntas y, luego, extrapolar generalidades en proporción o dentro de un intervalo de confianza.

El Área de Atención al Egresado, desde agosto del 2008, editó la revista Impacto, desde sus inicios se buscó ser un vehículo de información en el cual se reflejen la mayor variedad de temas laborales y de interés para los graduados.

Es por esto y teniendo en cuenta los diferentes métodos se llegó a la conclusión de que para cumplir con los objetivos propuestos y obtener una retroalimentación se realizara una “Encuesta de satisfacción” sobre la primera edición de Impacto.

Así se determinó que la encuesta sería de contenido, debido a que está relacionada con el objeto de investigación, con preguntas tanto abiertas como cerradas, directa ya que coincide el objetivo de la pregunta con el objetivo de la investigación y condicional porque se indaga opiniones del sujeto respecto a las situaciones que manejaría el contenido progresivo.

Asimismo los pasos a seguir para la elaboración de dicha encuesta fueron:

La determinación de los objetivos específicos, selección del tipo de encuesta, diseño del cuestionario, condiciones indispensables para su realización, que número de personas se iban a encuestar, modos de recopilación de datos, aplicación del instrumento a la muestra y finalmente evaluación de la muestra recogida.

Se determino que se harían 4 preguntas cerradas y dos abiertas, además que la manera más eficiente para la recolección de los datos era vía telefónica, por correo electrónico y cara a cara, el número de encuestados fueron 250 egresados, al ser aplicadas todas las encuestas se tabularon y se analizaron de acuerdo a los puntos expuestos en cada pregunta de la misma.

4.1.1 Conclusiones del sondeo:

- Para crear una publicación nueva se debe tener en cuenta un elemento clave para su éxito, que es el manual de estilo, compuestos por normas lingüísticas y estilísticas que tienen una serie de objetivos y funciones:
 1. Permiten fijar la identidad de la publicación periódica.
 2. Elimina las dudas en la aplicación del lenguaje.
 3. Unifica el idioma.
 4. Ayuda en la defensa del idioma.

- Tener en cuenta la participación de un equipo de trabajo que este compuesto por:
 1. Editor general
 2. Equipo de periodistas
 3. Consejo de redacción
 4. Reportero gráfico
 5. Dirección
 6. Consejo editorial

- Es muy importante definir tiempos y fechas para la elaboración de:
 1. propuesta de agenda informativa
 2. trabajo de campo, reportaría o investigación
 3. Procesamiento de la información, redacción y entrega de borradores.
 4. Proceso de edición

5. Lectura y aprobación por consejo editorial
6. Montaje y diseño
7. Lanzamiento y distribución

- Hacer convenios con las diferentes empresas para que tengan un espacio dentro de la publicación y así dar a conocer con las opciones que ofrece la bolsa de empleo de la oficina.
- Según el sondeo realizado los encuestados eligieron ciertos temas de su preferencia para que fueran publicados y tenidos en cuenta para la próxima edición de la revista, estos son:
 1. Bolsa de empleo
 2. Convenio con empresas
 3. Procesos de selección
 4. Gestión de calidad
 5. Proyectos e investigaciones de las diferentes carreras
 6. Robótica
 7. Gestión de producción
 8. Actividades culturales programadas.
- En la última pregunta del sondeo, se plantea el modo de participación en la que los egresados hagan parte de la revista, los mas escogidos fueron:
 1. Recibiendo información
 2. Escribiendo de manera esporádica
 3. Sugiriendo temas y fuentes
 4. Promoviendo la existencia de la revista
 5. Protagonistas de un perfil
 6. Enviando cartas al buzón

Esto permite tener una idea de la colaboración que se puede obtener de los egresados para un buen resultado de la nueva publicación.

5. CONCLUSIONES

- De acuerdo al sondeo realizado a los egresados el nivel de satisfacción respecto al contenido de la revista Impacto en general fue bastante satisfactorio y generó una buena opinión entre los encuestados.
- La presentación física de la revista en general fue en su mayoría muy satisfactoria, excepto la portada en la que más del 50% de los egresados no estuvo muy satisfecho.
- La revista tuvo gran acogida en su público objetivo, debido a que los egresados se mostraron satisfechos con el resultado que dejó este proyecto que fue hecho para ellos.
- El aporte que da a la revista Impacto a la institución es sin duda un canal de comunicación, tiene claros los objetivos y los resultados esperados. Es un medio por el cual se establece una relación entre el graduado, el estudiante de último semestre y la Universidad.

RECOMENDACIONES

- El Proyecto comunicativo es la parte más importante en el momento de la creación de un medio de comunicación, debido a que encierra todas las características, definiciones y especificaciones que tiene el proyecto de una revista, como misión, visión, público objetivo, principios, objetivos, secciones, manual de estilo y organigrama.
- Teniendo en cuenta el proyecto comunicativo que ya fue planeado y estructurado, se debe incluir y retroalimentar nuevas cosas de acuerdo a la evolución de la revista.
- Basándonos en los resultados que arrojó el sondeo de satisfacción es muy importante tener en cuenta el trabajo en equipo, con el cual se establezcan tiempos y fechas de elaboración del desarrollo de las diferentes ediciones de la revista.
- Se recomienda que para la siguiente edición de la revista Impacto incluyan artículos de los siguientes temas:
 1. Visión global para hacer negocios.
 2. Creación de empresas
 3. Ingeniería a nivel nacional
 4. Calidad en las empresas
 5. Marketing
 6. Coaching
 7. Medios digitales o periodismo digital
 8. Pruebas psicotécnicas
 9. Como está la Universidad a nivel nacional en el ECAES
 10. Tarjeta profesional
 11. Doble titulación

- Con relación a los convenios generados por la Oficina de Atención al Egresado con las diferentes empresas para la Bolsa de Empleo, es indispensable generar un aumento, para tener la oportunidad de brindar más oportunidades a los graduados.

BIBLIOGRAFÍA

BARRERA, Clara Veitía. SOS ortografía. En: la Revista especializada Educación, Habana: Editorial Pueblo y Educación, 1998.

BERLO, David K. Los procesos de comunicación: introducción a la teoría y la práctica. Editorial San Paulo: Martins Fontes, 1997.

BERSANELLI, Marco; GARGANTINI Mario. Sólo el asombro conoce. La aventura de la investigación científica. Ediciones Encuentro. 2006.

BORDENAVE DÍAZ, Juan E. ¿Qué es comunicación? San Paulo: Brasiliense, 1997.

CASTAÑEDA JIMÉNEZ, Juan. Investigación de campo. En: Métodos de investigación Editorial: Mc Graw Hill. Primera edición, Colombia, 2005. Páginas: 23 hasta 27.

CASATTI LOWN, Martin. 2 de febrero 2009. Revistas: Definición y características. En internet: <http://es.shvoong.com/humanities/167403-revistas-definici%C3%B3n-caracter%C3%ADsticas/>

CASTELLBLANQUE R, Mariano. Manual de estilo. En: Manual del redactor publicitario. Editorial: ESIC. Primera edición, Barcelona, 2005. Páginas: 31 hasta la 45.

Centro de Estudios Constitucionales de Chile. Definición de la revista y normas para los colaboradores de estudios constitucionales. En: Revista Estudios Constitucionales. Agosto de 2007. Volumen 5. Entrega 1. Página 9 a la 12.

El Colombiano. Manual de estilo y redacción. Forma y estilo. Colombia, editorial Imprelibros, 2003. Página 27 hasta 111.

FERNÁNDEZ GONZÁLEZ A, M. Comunicación Educativa La Habana. Editorial Pueblo y Educación, 2002.

GÓMEZ, Johanna. Gestión del Área de Atención al Egresado como un proceso de mejora continua. En informe de gestión del segundo semestre del 2008. Colombia. Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, 2008.

KAPLÚN Mario. Una pedagogía de la comunicación. (El comunicador popular) La Habana, Editorial Caminos, 2002.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. Lenguaje Periodístico. Manual de estilo y características. Madrid, España, editorial Paraninfo, 1989. Página 139 hasta 152.

MAZZOLA FERNÁNDEZ, Carina. 23 de enero 2009. Herramientas para mejorar la revista institucional. En internet:
<http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/66/revista.htm>.

Media Prensa. 28 de enero 2009. Los manuales de estilo. En internet:
<http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque5/pag8.html>

NUÑEZ LADAVÉZE, Luis. Manual para periodismo. Escritura y redacción. Barcelona, Editorial Ariel, 1991. Página 21 hasta 345.

ROSAS GONZALES, Víctor. ¿Qué es comunicación? Y ¿Qué es comunicar? En: W Documentación. Julio, 2007. Página: 13 hasta 15.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. La investigación Científica. En: El proceso de la investigación. Tercera edición, Colombia, 2006. Páginas: 72 hasta 130.

VIVALDI, Martín Gonzalo. Géneros Periodísticos. Noticia, reportaje y crónica. Sexta edición. Madrid, España, editorial Paraninfo, 1998. Página 23 hasta 237.

ANEXOS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
DEPARTAMENTO DE BIENESTAR UNIVERSITARIO
ÁREA DE ATENCIÓN AL EGRESADO
PROYECTO COMUNICATIVO
REVISTA IMPACTO



La Revista Impacto, es un proyecto de comunicación y divulgación, que promueve un diálogo entre egresados - Universidad, la difusión de ideas, opiniones y experiencias con el fin de crear un portafolio de servicios que cuente con información acerca de temas laborales y la vida (social – académica) y deportiva de la Universidad.

La revista tiene una estructura flexible y abierta, con un formato básico de publicación, y un estilo formal, teniendo una periodicidad semestral.

- 1. Público objetivo:** El medio se dirige a egresados, estudiantes de últimos semestres y a futuro empresarios. Tiene segmentos de referencia profesional y social.
- 2. Misión:** La Revista Impacto es un portafolio de servicios creado para fortalecer y dinamizar las relaciones Universidad - Egresados que ofrece beneficios relacionados con el crecimiento personal, profesional, social, cultural y económico.
- 3. Visión:** En el 2010 Impacto se consolidará y se convertirá en un medio de comunicación que preste la mejor información acerca de temas a nivel educativo, laboral, social, cultural, recreativo y de reconocimiento que a los graduados pueda interesarles, dándole así una mejor calificación en cuanto a medios a la Universidad Pontificia Bolivariana.

4. Principios:

- Respeto
- Credibilidad
- Veracidad
- Confianza
- Inclusión
- Honestidad y transparencia
- Ética profesional
- Solidaridad
- Creatividad
- Compromiso
- Oportunidad

5. Objetivos:

OBJETIVO GENERAL: Crear un portafolio de servicios que cuente con información acerca de contenidos laborales, la vida, social, académica y deportiva de la Universidad, de esta manera brinda la oportunidad de conocer y estar actualizados en temas profesionales y académicos.

OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- Ofrecer un espacio de participación escrito que permita fortalecer el vínculo que existe entre el graduado y la Universidad.
- Divulgar las actividades y servicios que ofrece la universidad a sus egresados.
- Realizar artículos para exaltar los egresados que se han destacado a lo largo de su carrera profesional y laboral, obteniendo reconocimientos.
- Abordar temas de la vida profesional, del mercado laboral y académico para mantener actualizados a los egresados.

- Presentar a través de un lenguaje sencillo y cercano al egresado información de su interés en general.

6. SECCIONES:

6.1 Editorial: Será escrita por el rector de la Universidad y siempre llevará una foto del mismo. Tendrá una extensión que podrá oscilar entre media y una página.

6.2 Presentación: Escrita por la Coordinadora Área de Atención al Egresado.

6.3 Porque creemos en ti: En esta sección se manejarán temas relacionados con estudios de posgrados e intercambios académicos.

6.4 Busco Trabajo: Se manejarán artículos específicamente de la bolsa de empleo, asesoría sobre temas laborales que sirvan de guía para los egresados y los estudiantes de últimos semestres.

6.5 Lazos que nos unen: En esta sección irán actividades y eventos que se llevan a cabo por la oficina de atención al egresado.

6.6 Más por saber: Incluirá temas de investigación que la oficina desarrolle o que sean de interés para los egresados.

6.7 Orgullo UPB: La motivación y exaltación son parte importante para el desarrollo y desempeño satisfactorio de una persona a nivel personal y laboral, es por eso que la revista decidió darle un reconocimiento a los egresados que han sido exitosos en su vida laboral y profesional.

6.8 Privilegios: Servicios, beneficios y oportunidades que ofrece la Universidad desde lo interno hacia lo externo.

6.9 Momentos memorables: Galería de fotos de los eventos y actividades desarrolladas por la oficina.

6.10 La casa presenta: es una sección especial en la que decanos, directores de facultad y profesores tienen la oportunidad de escribir y participar, sobre el tema de su preferencia.

7. MANUAL DE ESTILO:

Según, el Manual de Estilo del Periódico el Colombiano, el cual plantea las diferentes características que tiene su periódico en cuanto a estilo de redacción, fuentes, mayúsculas y minúsculas, estructura, por esto fue tomado de referencia para crear el manual de estilo de la revista Impacto².

- El periodista de la revista Impacto podrá desarrollar su propio estilo de escritura al redactar la información. Sin embargo, deberá hacerlo de una manera tan sencilla que sea de fácil comprensión para el lector, especialmente las informaciones técnicas o especializadas.
- Se escribe en lengua española. En general no deben usarse palabras de otros idiomas si tienen su correspondencia en el castellano. Las palabras no castellanas se escribirán en cursiva.
- Cada información debe ser rigurosa, precisa, llena de datos. Así deben evitarse expresiones como “varios”, “numeroso”, “un grupo”, “algunos”, y sustituirlos por el dato concreto.
- El redactor no debe protagonizar las informaciones. Debe permanecer al margen de lo que narra, a no ser que haya sido testigo de excepción o, en efecto protagonista de la noticia.

7.1 Fuentes:

² El Colombiano. Manual de estilo y redacción. Forma y estilo. Colombia, editorial Imprelibros, 2003. Página 27 hasta 111.

- Es preciso que las fuentes o el origen de las informaciones aparezcan siempre identificados en el texto informativo, como una manera de tener credibilidad entre los lectores.
- Hay que ser precisos en cifras, cuantificaciones. Si una información incluye porcentajes, deben estar respaldados en un instrumento científico de medición (una encuesta, estadísticas, etc.). Si el porcentaje es parte de una declaración hay que dar una explicación sobre su origen.
- Se privilegiarán fuentes como egresados, estudiantes de últimos semestres.

7.2 Los números:

- Se escriben con letras los números dígitos o arábigos (del cero al nueve) y aquellos con los cuales se inicia una frase. Se usarán las palabras mil, millones y billones cuando reemplazan a los ceros correspondientes. Así podrá escribirse 100 millones en lugar de 100.000.000.
- Los días del mes, a excepción del primero que se escribe en letras, irán en números 19 de julio, 20 de diciembre, primero de abril, el orden correcto de una fecha es día, mes y año.

7.3 Abreviaciones:

- En Impacto se adquirió la directriz de no abreviar palabras.
- Se pueden usar abreviaturas de nombres propios.

7.4 Siglas:

- Siglas son los términos formados por la letra inicial de cada una de las palabras que componen una denominación, y que constituye un vocablo nuevo.
- Las siglas se escriben sin punto después de cada letra. Además no llevan tilde.
- Cuando tienen más de tres letras se escriben en altas y bajas, a menos que carezcan de vocales que las hagan impronunciables.

- Cuando se menciona por primera vez en un texto un organismo que, además, se distingue por una sigla, se debe escribir el nombre completo de la entidad, con la sigla entre paréntesis. En adelante sólo se pondrá la sigla.

7.5 Mayúsculas y minúsculas:

El uso de la Mayúscula:

- Al principio de párrafo y después de un punto.
- Detrás de dos punto, cuando siga un nombre propio o una cita textual.
- Después de un signo de cierre de interrogación o admiración si no hay interpuesta una coma, un punto y coma, dos puntos, un guión, un paréntesis.
- Los nombres propios de personas.
- Los nombres de dependencias, cuerpos, instituciones, entidades y cualquier sitio que tenga nombre propio.
- Nombres de ciudades, departamentos, barrios, naciones.
- Premios y condecoraciones.
- Los nombres de las ciencias, tecnologías y disciplinas, más no el título que confieren.

El uso de la minúscula:

- Los nombres de los días y los meses.
- Los gentilicios.
- Los nombres de cargos genéricos, como juez, fiscal, rector, senador, etc.

7.6 Letra:

Tipo: Arial

Tamaño: 10

Negrilla Se utiliza para resaltar subtítulos, preguntas en una entrevista o aspectos importantes dentro de los textos.

7.7 ESTILO DE REDACCIÓN

7.7.1 Noticia:

- Es el relato actual, novedoso, oportuno y veraz sobre hechos de interés público. En su estado puro se da siempre por un suceso sorprendente, estremecedor, trascendental, paradójico, y, más que todo reciente o nuevo.
- Al redactar una noticia esta debe ser completa.
- Antes de redactar una información, el periodista debe consultar con su editor el enfoque que le dará y el espacio con que cuenta.

7.7.2 Entrevista:

- La modalidad de pregunta – respuesta o de declaraciones se utiliza en temas de alto interés con personajes muy destacados en su ámbito. Debe constar de una presentación del entrevistado, en la que se refleje su personalidad y los datos reveladores que sean necesarios para situarlo y explicar los motivos por los cuales se le ha interrogado.
- Las preguntas siempre irán en negrilla. Las respuestas siempre irán entre comillas. No se usarán los guiones de diálogo. Tampoco las iniciales de pregunta y respuesta (P y R).
- Las preguntas deben ser breves, directas, sin involucrar opiniones del periodista.
- Nunca hay que usar términos de trato familiar con el entrevistado, no importa el grado de intimidad o amistad que se tenga con él. Hay que mantener con el entrevistado una relación de cordialidad y respeto.
- En las entrevistas, el orden de las preguntas y respuestas no tiene que ser necesariamente el mismo en el que ocurre el diálogo.

7.7.3 Perfiles:

- Se trata de una biografía o una minibiografía, tiene además del personaje tratado, otras fuentes documentales u orales. Su finalidad es dar a conocer al lector el modo de pensar, de actuar y vivir del personaje en cuestión.
- No siempre el perfil ha de corresponder a una persona.

7.7.4 Pie de foto:

- Es la parte de la noticia o información. Toda fotografía que acompañe a un artículo o reportaje debe, como norma fundamental, tenerlo.
- Cuando sea una imagen bajada de internet o que ilustre el contenido del artículo no debe llevarlo.
- Debe ser estrictamente informativo e independiente de los textos que acompaña.
- Cuando la foto no sea de actualidad, o sea una foto de archivo, se debe hacer una referencia a la época en la que fue tomada.

7.7.5 Fotos:

Son huellas de los hechos, de las que se vale la revista para tomar de la realidad de la historia diaria, para comunicarla.

7.7.6 Infografías:

Presentación de datos estadísticos, se pueden disponer en distintos tipos:

- Gráfico de barras o columnas: representan cantidades, su aumento o disminución. Las barras o las columnas pueden ser verticales u horizontales. Su uso más generalizado es el de comparar cifras o elementos que cambian con el tiempo.
- Las tortas o gráficos de círculo: se usan para la presentación de porcentajes. La torta total representa el ciento por ciento.
- Las tablas: son una organización de números o palabras dentro de las columnas, que pueden estar ilustradas por un dibujo o un pictograma.

7.8 ESTRUCTURA:

7.8.1 Estructura externa: En la portada se encuentra el título; el lema, que es una frase que muestra la tendencia o filosofía de la revista; el calendario que contempla la fecha, el número, el año, el volumen y el precio; el sumario, que desempeña el papel de índice y enuncia el contenido de la revista o los títulos de los artículos; finalmente lleva ilustraciones de colores que son lo más atractivo.

Los creadores de estas publicaciones procuran que su presentación sea llamativa y alegre para que incite al placer de la lectura.

El tamaño es funcional, diseñado para que se acomode en el portafolio.

El directorio repite y amplía los datos de identificación de la portada, con frecuencia va en la estructura interna de la revista.

Las cabezas de los artículos constituyen otros elementos sugerentes que hacen una invitación prometedora al lector.

7.8.2 La estructura interna: Los artículos son la parte medular de la estructura interna. El título del artículo enuncia el asunto que se va a tratar. El subtítulo, que sintetiza el contenido del artículo, sirve para captar la atención del lector, aumentar su curiosidad e impulsarlo a leer. Entre los artículos se destacan principalmente: la editorial, la crítica, el reportaje, la columna, la crónica, la entrevista, la encuesta y el ensayo. El concepto de cada uno de ellos se verá más adelante. Todos ellos analizan e interpretan hechos ya ocurridos.

8. ORGANIGRAMA

8.1 Los actores: Son los agentes participantes en el proceso de gestión, planeación, elaboración, comercialización y circulación de la revista Impacto.

8.2 Consejo Editorial: Es un órgano colegiado de asesoramiento de la línea editorial de la revista. Es la máxima autoridad de la revista.

Equipo compuesto por representantes de las siguientes instancias:

1. Vicerrectoría de Pastoral.
2. Bienestar Universitario.
3. Directora de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo.
4. Dirección del Área de atención al egresado.
5. Edición General de la revista.

Son funciones del Consejo Editorial:

- Propone la política editorial de la revista.
- Propone temas y enfoques a ser considerados en la agenda informativa.
- Vela por que el contenido informativo sea acorde al Proyecto Educativo Institucional.
- Gestiona la existencia de condiciones político – administrativas para el desarrollo de la revista.

Se reúne una vez por cada edición.

De cada reunión se realizará un acta a la cual se le hará seguimiento.

8.3 Dirección de la revista: La dirección de Impacto. Estará a cargo del director (a) del Área de Atención al Egresado

Son funciones de la dirección:

- Representa política e institucionalmente a la revista.
- Elabora, propone y gestiona para su aprobación el presupuesto.
- Elabora, gestiona y coordina estrategia de comercialización (Tanto a nivel interno como externo).
- Coordina la recuperación de cartera por publicidad.
- Coordina el proceso de contratación de la impresión.
- Realiza los pagos correspondientes por impresión.
- Participa en el Consejo Editorial.
- Anuncia al editor general la pauta publicitaria para cada edición.
- Coordina y diseña estrategias de distribución de la revista.
- Establece convenios para el suministro de periódicos y revistas de circulación permanente a la Sala de Redacción.

8.4 Editor General: Estará a cargo del pasante de periodismo de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo. Su responsabilidad está centrada en el contenido periodístico de la revista.

Son funciones de la Edición General:

- Lidera el proceso de producción de la Revista Impacto.
- Representa a la Mesa Adjunta de Editores ante el Consejo Editorial.
- Presenta el temario de cada una de las ediciones de la revista a la dirección de la misma para su aprobación.
- Eleva al Consejo Editorial los artículos a ser publicados, para su aprobación.
- Acuerda con la Mesa de Editores Adjuntos agenda temática.
- Acuerda con la dirección la propuesta de foto portada.
- Coordina al equipo periodístico.

- Define la agenda informativa a trabajar en cada edición.
- Suministra los recursos necesarios, de acuerdo con el presupuesto aprobado, para el desarrollo del trabajo periodístico.
- Sirve de enlace entre cada uno de los órganos consultivos (Consejo de Redacción, Mesa de Editores Adjuntos, Consejo Editorial).
- Promueve, facilita, gestiona y desarrolla espacios de formación para el equipo de periodistas y colaboradores.
- Vela por el cumplimiento del cronograma de actividades.
- Convoca a las reuniones de la Revista Impacto.
- Aprueba el diseño gráfico de cada publicación.

8.5 Consejo de Redacción: Es la primera instancia de trabajo de la revista. En este espacio participan la Editora General, directora, colaboradores.

Son funciones del Consejo de Redacción:

- Define la agenda temática.
- Escoge temas el contenido de la revista.
- Define posibles enfoques con los periodistas.
- Monitorea y hace seguimiento al desarrollo de los temas.
- Propicia, informa y desarrolla espacios de capacitación tanto a nivel interno como externo para el equipo de redacción.
- Se reunirá una vez por semana.
- De cada reunión se realizará un acta a la cual se le hará seguimiento.

8.6 Columnistas: Personas que por su idoneidad y experiencia en determinado tema son invitadas a participar en la producción de textos de opinión.

SONDEO



UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
DPTO. BIENESTAR UNIVERSITARIO
AREA DE ATENCIÓN AL EGRESADO

El 1 de noviembre de 2008 circuló la primera edición de la Revista Impacto, publicación para egresados de la UPB Seccional Bucaramanga, con el fin de fortalecer los lazos de unión entre ellos y la Universidad, mediante una comunicación permanente.

Por favor, dedique unos momentos a completar esta encuesta. La información que nos proporcione será utilizada de forma confidencial con el objetivo de mejorar este espacio de comunicación a partir del conocimiento de su nivel de satisfacción con relación a la revista.

Nombre: Teléfono:
Programa del que egreso:
E- Mail:

1. El nivel de satisfacción respecto al contenido de la revista según los siguientes criterios lo considera:

	Muy satisfecho	satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
1. Secciones				
2. Temática				
3. Enfoque del tema				
4. Redacción				

2. La presentación física de la revista, según las siguientes características, considera que es:

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
5. Impresión				
6. Papel				
7. Portada				

8. Extensión de textos				
------------------------	--	--	--	--

3. El diseño de la revista le pareció:

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
9. Ilustración				
10. Fotografía				
11. Tamaño de títulos				

4. De los siguientes temas califique de 1 a 4 cuáles son los de mayor interés, siendo 1 el menor y 5 el mayor.

- a) Ofertas académicas
- b) Becas actuales
- c) Oportunidades de empleo
- d) Historias de experiencias laborales exitosas

5. Qué otro contenido (temas, artículos, actividades) diferente al actual le gustaría que la revista ofreciera:

6. ¿Cómo le gustaría participar en la revista?

- 1. Escribiendo de manera esporádica
- 2. Redactor permanente
- 3. Recibiendo información
- 4. Enviando cartas al buzón
- 5. Sugiriendo temas y fuentes
- 6. Como protagonista de un perfil
- 7. Promoviendo la existencia de la revista
- 8. Ninguno

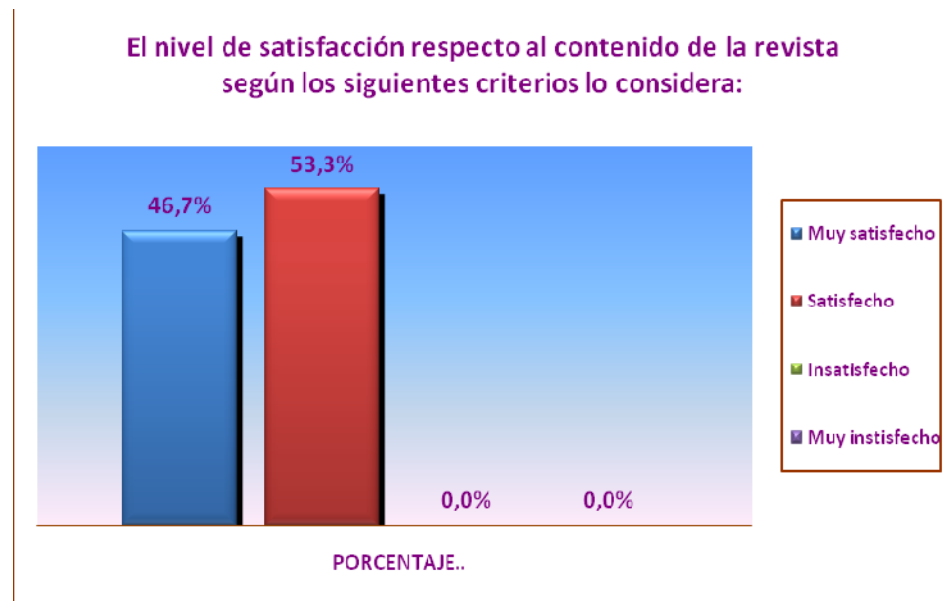
¡MUCHAS GRACIAS!

RESULTADOS DEL SONDEO:

1. El nivel de satisfacción respecto al contenido de la revista según los siguientes criterios lo considera:

SECCIONES:

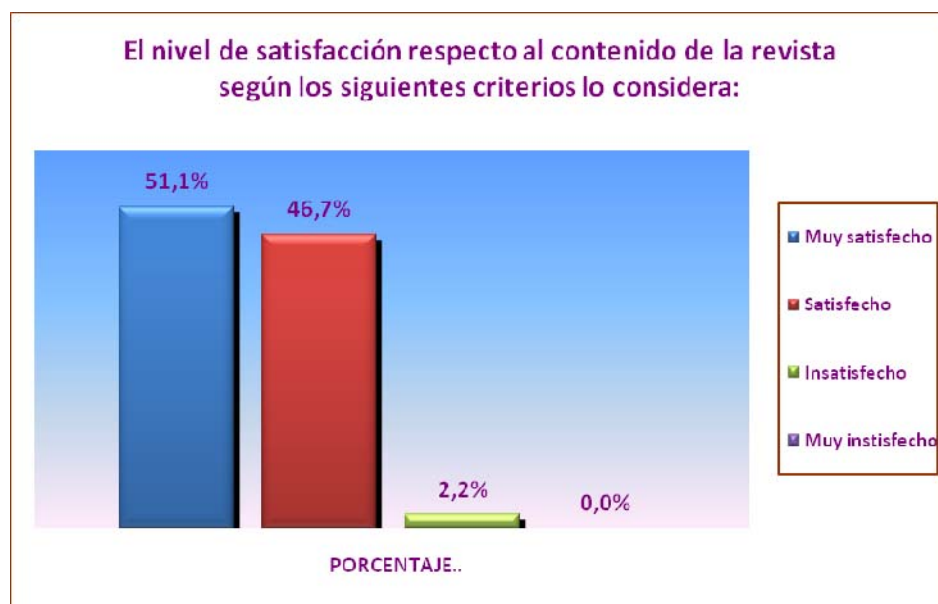
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy satisfecho	21	46,7%	46,7%
Satisfecho	24	53,3%	100,0%
Insatisfecho	0	0,0%	
Muy instisfecho	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



Según el análisis realizado en la gráfica podemos apreciar que el 53,3% de los encuestados está satisfecho y el 46,7 está muy satisfecho con las secciones que tiene la revista, permitiéndonos llegar a la conclusión que fue de total aceptación entre los lectores.

TEMÁTICA:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy satisfecho	23	51,1%	51,1%
Satisfecho	21	46,7%	97,8%
Insatisfecho	1	2,2%	100,0%
Muy insatisfecho	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



Según el análisis, solamente el 2,2% de la población encuestada está insatisfecha con los temas que se trataron en la publicación y más de la mitad de ellos está muy satisfecho con la temática tratada, lo que nos permite observar que fueron bien seleccionados los contenidos y los textos.

ENFOQUE DEL TEMA:

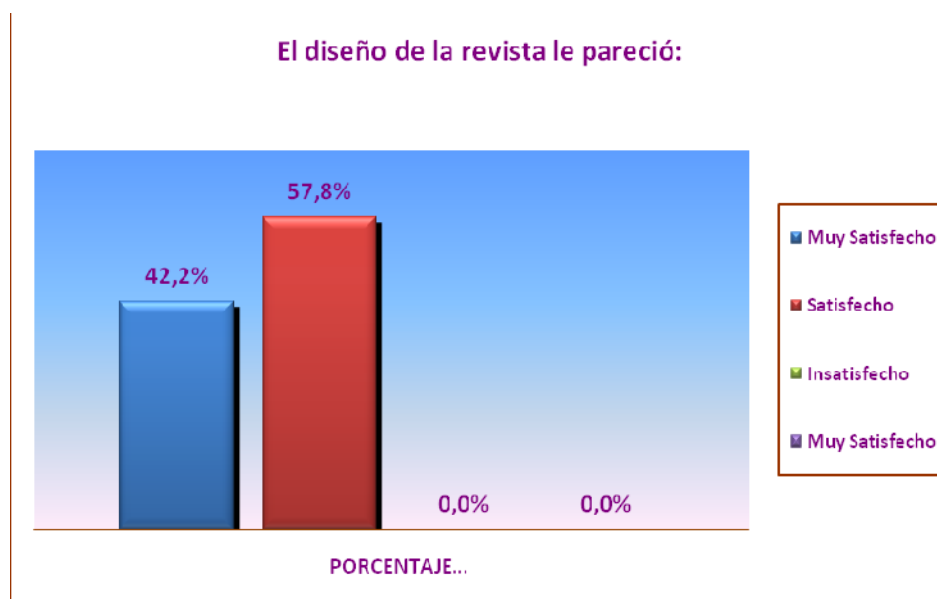
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy satisfecho	11	24,4%	24,4%
Satisfecho	31	68,9%	93,3%
Insatisfecho	3	6,7%	100,0%
Muy insatisfecho	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



El 24,4% está muy satisfecho y el 68,9% satisfecho lo que nos muestra que fue óptimo el enfoque que se le dio a los temas escogidos y tratados en la revista y solamente el 6,7% estuvo insatisfecho.

REDACCIÓN:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy Satisfecho	19	42,2%	42,2%
Satisfecho	26	57,8%	100,0%
Insatisfecho	0	0,0%	100,0%
Muy Satisfecho	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



En esta gráfica, se puede apreciar que hubo una satisfacción total por parte de los lectores en cuanto a la redacción de la publicación debido a que el 42,2% estuvo totalmente satisfecho y el 57,8% satisfecho.

2. La presentación física de la revista, según las siguientes características, considera que es:

IMPRESIÓN:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	21	46,7%	46,7%
Bueno	24	53,3%	100,0%
Regular	0	0,0%	100,0%
Malo	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



El resultado que se observó, de acuerdo a la presentación física según la impresión fue satisfactorio debido a que hubo un 46,7% de encuestados que la calificaron como excelente y un 53,3% como buena.

PAPEL:

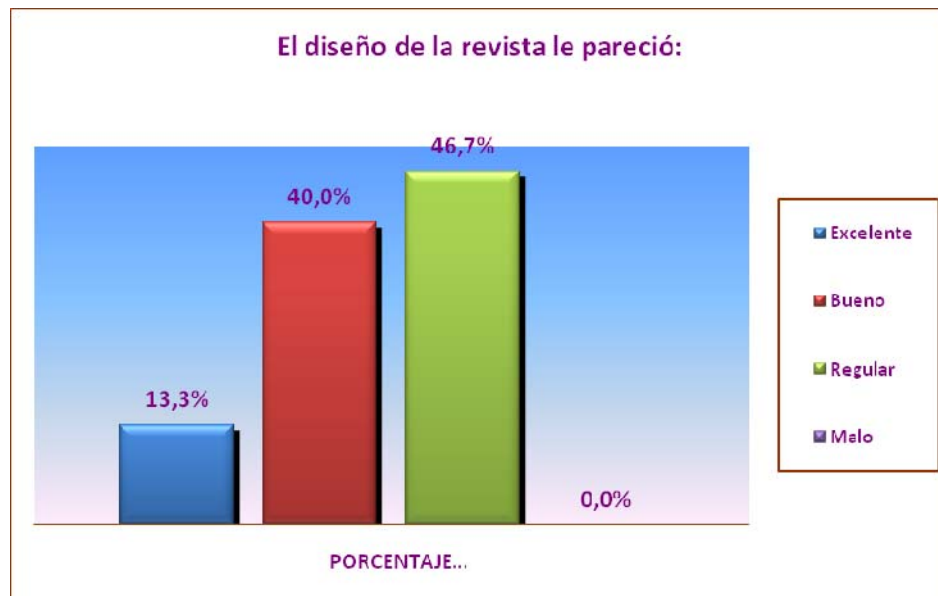
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	39	86,7%	86,7%
Bueno	6	13,3%	100,0%
Regular	0	0,0%	100,0%
Malo	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



De acuerdo a la gráfica, la presentación física según el papel fue totalmente satisfactorio debido a que hubo un 86,9% de encuestados que la calificaron como excelente y un 13,3% como buena.

PORTADA:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	6	13,3%	13,3%
Bueno	18	40,0%	53,3%
Regular	21	46,7%	100,0%
Malo	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



Teniendo en cuenta la gráfica, la presentación física según la portada es que la mayoría de los encuestados no estuvo satisfecho con la imagen de la portada teniendo en cuenta los resultados obtenidos que son el 46,7% regular, el 40% bueno y en 13,3% excelente.

EXTENSIÓN DE TEXTOS:

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	7	15,6%	15,6%
Bueno	37	82,2%	97,8%
Regular	1	2,2%	100,0%
Malo	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%

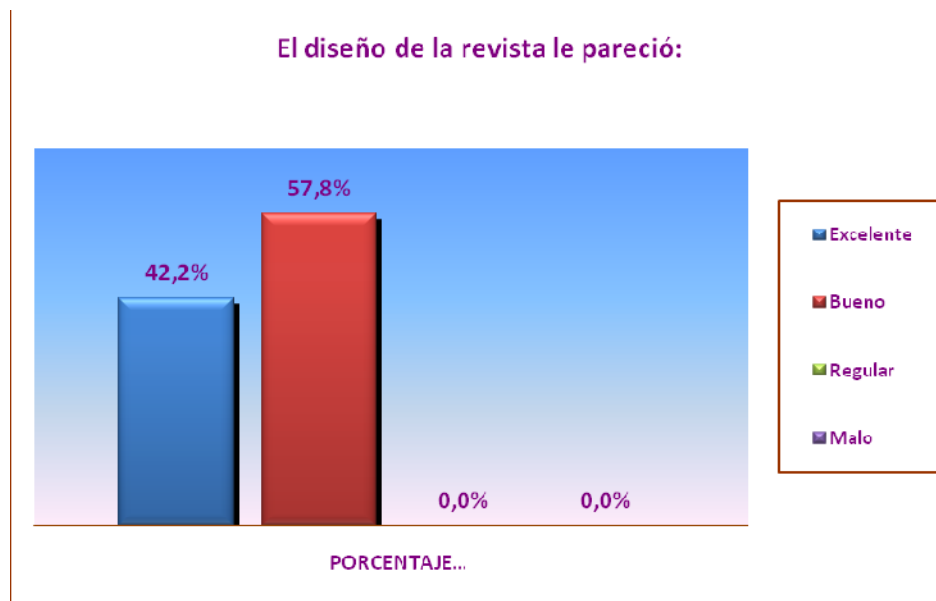


Los resultados según la tabla muestran que la presentación física según la extensión de los textos fue satisfactoria debido a que hubo un 15.6% de encuestados que la calificaron como excelente y un 82.2% como buena y únicamente el 2,2% regular.

3. El diseño de la revista le pareció:

ILUSTRACIÓN:

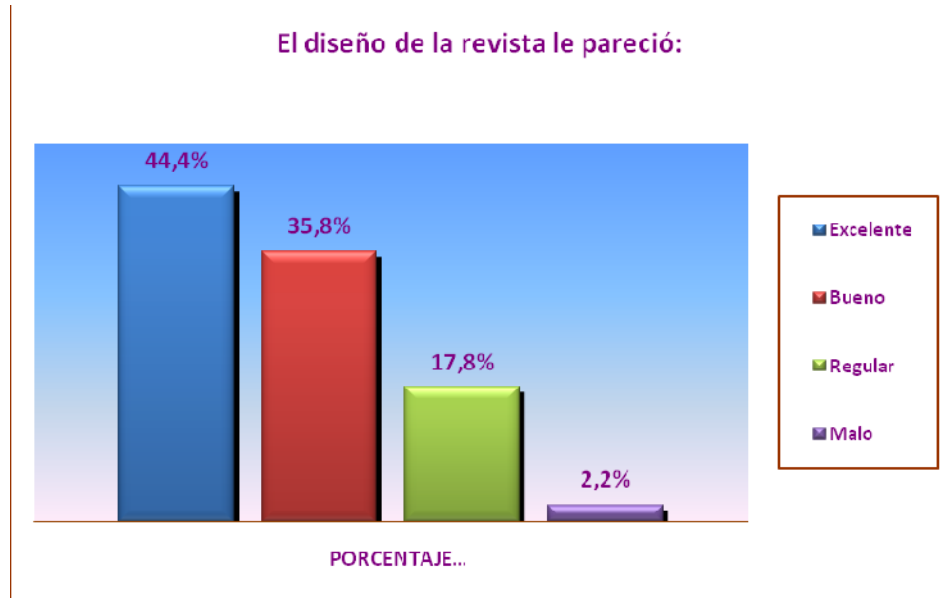
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	19	42,2%	42,2%
Bueno	26	57,8%	100,0%
Regular	0	0,0%	100,0%
Malo	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



Los resultados de acuerdo al diseño de la revista según la ilustración fue satisfactorio debido a que hubo un 42.2% de encuestados que la calificaron como excelente y un 57,8% como bueno.

FOTOGRAFÍA:

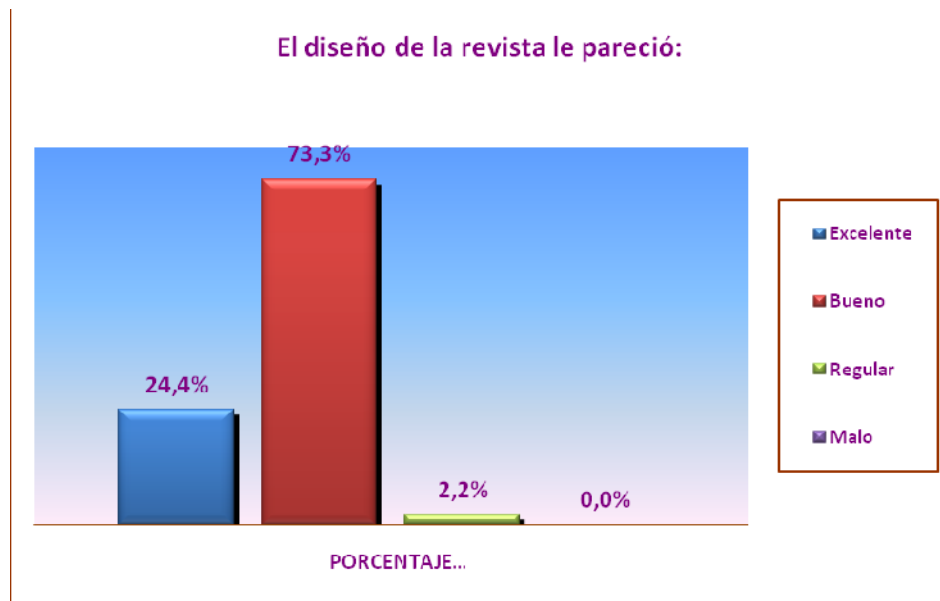
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	20	44,4%	44,4%
Bueno	16	35,8%	80,2%
Regular	8	17,8%	97,8%
Malo	1	2,2%	100,0%
<hr/>			
Total de Graduados	45	100%	100%



Según los resultados obtenidos en la gráfica, referente al diseño de la revista según la fotografía fue atrayente debido a que hubo un 44.4% de encuestados que la calificaron como excelente y un 35,8% como bueno, 17.85 como regular y 2.2% como malo.

TAMAÑO DE TÍTULOS:

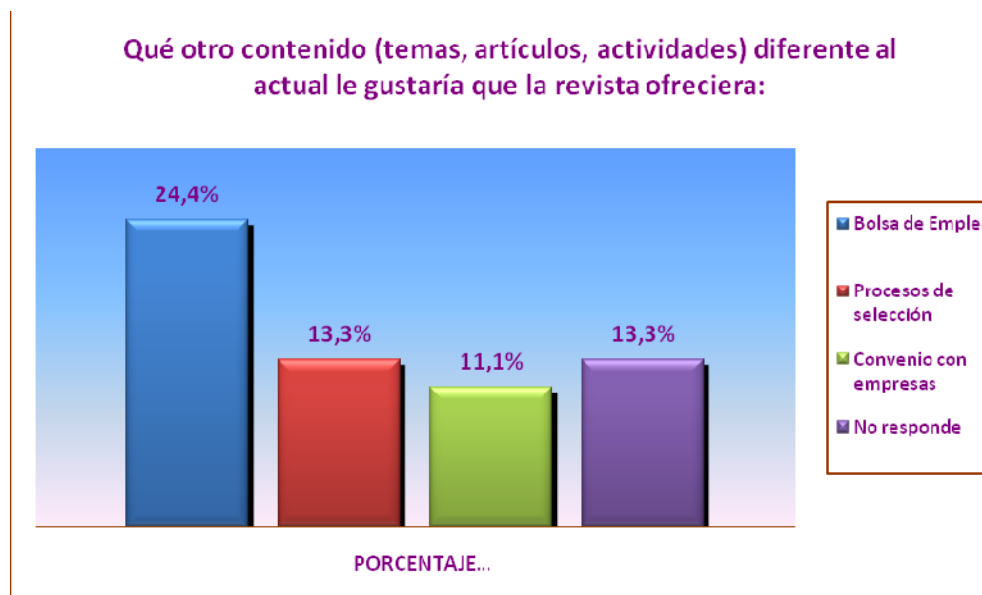
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Excelente	11	24,4%	24,4%
Bueno	33	73,3%	97,7%
Regular	1	2,2%	100,0%
Malo	0	0,0%	
Total de Graduados	45	100%	100%



Teniendo en cuenta la grafica el diseño de la revista según el tamaño de los títulos fue satisfactorio debido a que hubo un 24.4% de encuestados que la calificaron como excelente, un 73,3% como bueno y un mínimo de 2.2%.

4. Qué otro contenido (temas, artículos, actividades) diferente al actual le gustaría que la revista ofreciera:

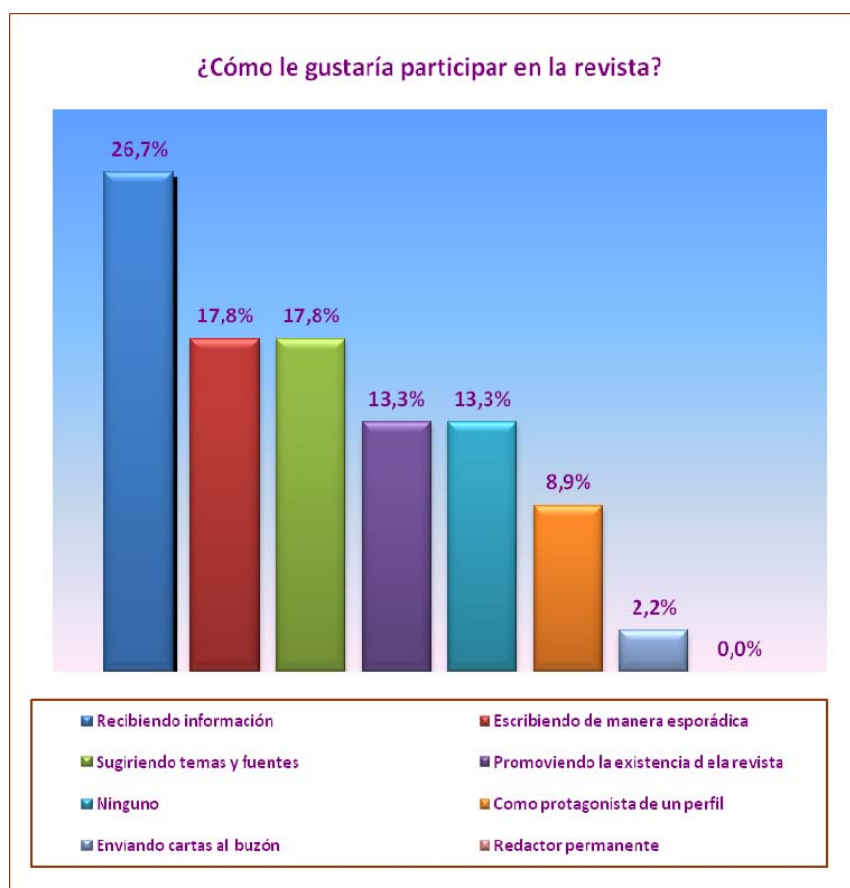
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bolsa de Empleo	11	24,4%
Procesos de selección	6	13,3%
Convenio con empresas	5	11,1%
Proyectos e investigaciones	3	6,7%
Becas	3	6,7%
Calidad	3	6,7%
Otros	8	17,8%
No responde	6	13,3%
Total de Graduados	45	100%



El gráfico muestra los contenidos que los encuestados plantean para que sean tenidos en cuenta para la próxima edición de la revista Impacto, fueron tomados para la gráfica los más relevantes.

5. ¿Cómo le gustaría participar en la revista?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Recibiendo información	12	26,7%
Escribiendo de manera esporádica	8	17,8%
Sugiriendo temas y fuentes	8	17,8%
Promoviendo la existencia d ela revista	6	13,3%
Ninguno	6	13,3%
Como protagonista de un perfil	4	8,9%
Enviando cartas al buzón	1	2,2%
Redactor permanente	0	0,0%
Total de Graduados	45	100%



Teniendo en cuenta la gráfica se analizó que un 26.7% le gustaría participar en la revista recibiendo información, un 17.8% escribiendo de manera esporádica

y sugiriendo temas y fuentes, un 13.3% promoviendo la existencia de la revista, un 8.9% como protagonista de un perfil, un 2.2% enviando cartas al buzón y un 13.3% con ninguna de las anteriores. Esto nos permite saber con quién se podrá contar en el momento de iniciar la siguiente publicación.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Semanas																																
Recopilación de información y bibliografía acerca de la oficina de egresados para Brújula.																																
Esquema de las secciones y temas que va a contener la Revista Impacto																																
Selección y recopilación de temas para la revista; Reunión con Beatriz.																																
Redacción de secciones y artículos para la revista; Brochure																																
Anteproyecto con todos los componentes del proyecto																																
Redactar y recopilar la información para la pág. Web; Recoger artículo de Johana y Liliana																																
Corrección de los artículos de toda la revista.																																
Entrega del artículo de Marcela; entrega de la revista para diseño e impresión																																
Construcción de Conexión Bolivariana																																
Entrega del segundo informe de avance y recolección de información y documentación para los artículos de la pág. Web.																																
Planteamiento del marco teórico, objetivos, avances, anexos del proyecto.																																
Lanzamiento de la revista y encuentro de egresados. Recopilación de fotos, noticias y artículos de la pág. Web																																
Artículos para Brújula; Síntesis de lo que fue la jornada y construcción del informe (edición especial de Concepción Bolivariana)																																
Revisión de avances con Beatriz; temas y artículos para la pág. Web																																
Redacción del proyecto.																																
Recopilar y agregar anexos del proyecto																																
Recolección y redacción de noticias y artículos para la pág. Web																																
Artículos para Brújula.																																
Asesoría y correcciones pertinentes del proyecto																																
Últimas correcciones del proyecto con Johana Gómez y beatriz mantilla																																
Informe Final.																																