

APOYO PERIODÍSTICO EN LA OFICINA DE PRENSA DE LA DIRECCIÓN DE
COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

JENNYFER STEFANY SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
BUCARAMANGA
2012

APOYO PERIODÍSTICO EN LA OFICINA DE PRENSA DE LA DIRECCIÓN DE
COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

AUTOR:

JENNYFER STEFANY SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD PASANTÍA PARA OPTAR AL TÍTULO
DE COMUNICADORA SOCIAL - PERIODISTA

DIRECTOR DEL PASANTÍA:

Mg. HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
BUCARAMANGA
2012

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Floridablanca, Enero 17 del 2013

Agradecimientos:

A Dios, a mi familia, en especial a mis tías que con su amor y ternura aportaron a mi esfuerzo; agradezco a Claudia Ximena Meneses que con su paciencia, profesionalismo y gentileza, hizo de mí una mejor profesional.

A mi tutor Héctor Mauricio Gómez quien estuvo a mi lado como mi soporte y aliado en la realización de mi práctica y pasantía profesional, y por ultimo a la Universidad Pontificia Bolivariana.

CONTENIDO

	PÁG
1. Introducción	9
2. Objetivos	23
2.1 Objetivo General	23
2.2 Objetivos específicos	23
3. Plan de acción	24
4. Conclusiones y recomendaciones	31
5. Bibliografía	33
6. Anexos	34

LISTA DE ANEXOS

PÁG

Anexo A. Boletín informativo Equipo Ganador	32
Anexo B. Boletín informativo inscripciones UIS Ingenium	33
Anexo C. Boletín informativo avanza UIS ingenium	34
Anexo D. Boletín informativo participantes UIS ingenium	35
Anexo E Boletín informativo Final de UIS Ingenium	36
Anexo F Boletín informativo Ganadores UIS ingenium	37

RESUMEN GENERAL DE LA PASANTÍA

TÍTULO: APOYO PERIODÍSTICO EN LA OFICINA DE PRENSA DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

AUTOR: JENNYFER STEFANY SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

FACULTAD: COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

DIRECTOR: HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

RESUMEN

El avance de los medios de comunicación en las últimas dos décadas ha sido para las organizaciones una ayuda en la emisión de la información, el objetivo de éstos es preservar la imagen corporativa de las instituciones además de difundir las actividades que se desarrollan en pro del talento humano presente y de la comunidad. Por lo anterior se presenta a continuación el siguiente informe de la pasantía ejecutada en la oficina de prensa de la Universidad Industrial de Santander en el último semestre del 2012.

El objetivo fue realizar un apoyo periodístico en dicha institución ya que la información que constantemente se genera a través de la oficina de prensa es de significancia no sólo para la comunidad universitaria de la UIS sino para toda la comunidad Santandereana por tratarse de una de las universidades más importantes del oriente Colombiano.

La Dirección de Comunicaciones de la UIS utiliza para la divulgación de dicha información medios institucionales como: Hecho en la UIS y Cátedra que son periódicos que se reparten a la comunidad académica, además cuenta con una emisora al servicio de la educación y la cultura, página web y televisión, lo que hace de esta oficina de prensa un complemento para que la información sea difundida en Bucaramanga.

Cabe resaltar que algunos resultados de este informe se generaron boletines informativos en los cuales se integró la fotografía y se emitieron a través de la web y la versión impresa de estos periódicos, además se dio cumplimiento a los objetivos específicos como la visualización de los grupos académicos emitiendo información de interés general, es así como el apoyo brindado fue fundamental para lograr cada una de las estrategias y objetivos.

Autores que complementan ésta pasantía Bowcan. Shayne. FRANCO. Guillermo.: PUYAL, E. ZAZONI. Leandro. Con los cuales se manejaron los conceptos básicos de periodismo digital y comunicación.

Palabras claves: periodismo, boletines de prensa, periodismo universitario, periodismo digital.

GENERAL SUMMARY THE INTERNSHIP

TITLE: SUPPORT NEWSPAPER IN THE PRESS OFFICE OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS INDUSTRIAL UNIVERSITY OF SANTANDER
AUTHOR: JENNYFER STEFANY SÁNCHEZ HERNÁNDEZ
FACULTY: SOCIAL COMMUNICATION - JOURNALISM
DIRECTOR: HECTOR MAURICIO GOMEZ MORA

ABSTRACT

The advance of the media in the past two decades has been to aid organizations in the issuance of the information, the purpose of these is to preserve the corporate image besides disseminating institutions that develop activities in support of talent present human and community.

Therefore then presents the following report of the internship executed in the press office of the Industrial University of Santander in the last half of 2012.

The objective was to conduct a journalistic support such an institution and that the information is constantly generated by the press office is of significance not only to the university community but for all UIS Santandereana community for being a university most important of eastern Colombia.

The Communications Division of TUI uses for disclosure of such information as institutional means: Made in the UIS and Chair are newspapers that are distributed to the academic community, also has a station in the service of education and culture, page web and television, making this press office to complement the information is disseminated in Bucaramanga.

It should be noted that some results of this report were generated newsletters which was integrated photography and were issued through the web and the print version of these newspapers also be complied with specific objectives such as viewing academic groups broadcasting information of general interest is how the support was critical to achieving each of the objectives and strategies.

Authors Bowcan complementing this internship. Shayne. FRANCO. Guillermo.: Puyal, E. ZAZONI. Leandro. Which were handled with the basics of journalism and communication.

Keywords: journalism, press releases, college journalism, digital journalism.

1. INTRODUCCIÓN

Optimizar la comunicación y abrir nuevos canales internos para su amplia difusión; han sido la base para utilizar recursos de poder en las organizaciones ya que contribuyen a la integración como: la orientación, los aportes, el sentido de pertenencia y la participación activa de sus integrantes. Ante lo anterior podemos evidenciar un proceso comunicativo en una organización y tras ésta, un apoyo fundamental de las personas que intervienen en dichos espacios.

Dentro del contexto comunicacional, la búsqueda de visibilizar los hechos que ocurren dentro de una institución permite ejecutar estrategias comunicativas, en las cuales los medios son un agente importante en la construcción de canales directos para la comunicación interna y externa de la misma.

Por lo anterior se diseñó una estrategia de comunicación llamada “De estudiantes para estudiantes”, con el objetivo de crear una red estudiantil de corresponsales, fortaleciendo las estrategias de comunicación y difusión de las actividades, programas, eventos y demás información que se genere desde los espacios estudiantiles y que requieran promoción ya sea en la comunidad académica o en los medios masivos de la ciudad. También es pertinente enfatizar que esta red constituirá un canal directo con la oficina de prensa de la Dirección de Comunicaciones de la UIS.

Este apoyo comunicativo se desarrolla abarcando dos espacios que generan constantemente información de interés para la comunidad estudiantil: el primero, la promoción de las actividades creadas desde la División de Bienestar Universitario y por otro lado la información generada desde los estudiantes que se encuentren vinculados a los centros de estudio.

Por lo cual dicha publicación de la información obtenida de estas fuentes se clasificará según su contenido y público de interés, en los siguientes canales que servirán de apoyo a la estrategia comunicativa interna y externa de la Institución: los boletines de prensa, boletines electrónicos, circuito cerrado, la página Web de la Universidad Industrial de Santander (UIS), los periódicos

Cátedra Libre y Hecho en la UIS, las video noticias y las redes sociales, además de otros medios masivos de la ciudad que continuamente difunden información de este claustro Universitario.

Para cumplir la difusión de esta información fue necesario emplear términos tales como: comunicación interna, principio fundamental de una organización, sin embargo es claro que en la pasantía efectuada se realizó un cubrimiento periodístico a todas las actividades que realizó la UIS, en esa medida se llevaron a cabo entrevistas radiales y televisivas.

De igual forma al establecer las estrategias a desarrollar con los planes internos se buscó en los medios masivos externos un coayudante para la divulgación informativa de la UIS.

Al utilizar el periodismo al servicio de una entidad es propicio diseñar un plan estratégico para cumplir los objetivos propuestos como estrategias de difusión de información que se pretenden ejecutar, los cuales ayudarán no sólo a la oportuna ejecución sino además al desarrollo grupal de la organización.

Es pertinente indicar que se diseñó una estrategia que estuvo presente al momento de construir las acciones a ejecutar: definir el mensaje, a quién va dirigido este mensaje, los instrumentos que se utilizarán para dar a conocer el mensaje (medios informativos) y un cronograma que visibilice las diferentes etapas del proceso.

Luego de realizar el diseño de dicha estrategia, se planteó el esquema que estuvo basado en la elaboración de notas informativas para medios digitales y escritos que circulan no sólo en la comunidad académica sino además en los diferentes espacios de la ciudad como centros culturales y educativos ya que es de interés para toda la comunidad Santandereana.

Es importante señalar que los medios digitales fueron utilizados para emitir boletines electrónicos debido a que estos se encuentran en auge gracias a las plataformas de acceso de la web 2.0, sin embargo el periodismo digital no

desarrolla una estructura similar al escrito, por lo cual autores como Guillermo Franco, definen que el primer elemento al escribir para un medio digital debe ser la innovación ya que “la vieja pirámide informativa narraba tres veces el hecho. Primero en el título de seis palabras, enseguida en el lead, y finalmente en el cuerpo. La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser el mismo lid, hasta el final del cuerpo. Título y lid pasan a ser uno solo, y el cuerpo agrega información.”¹

La innovación debe ser un estilo en el cual todos los lectores entiendan con un lenguaje más ágil la información que se emite, por ende se debe apelar a otros recursos multimediales los cuales aportan significado y riqueza hipertextual a la información. Ya que “en la Web 2.0 el usuario abandona su rol pasivo frente a los contenidos y se lanza a la red para aportar y compartir lo propio. Las comunidades y la interacción dentro de las llamadas Redes Sociales”² y no sólo dichas redes sino además espacios donde se construye el conocimiento debido a la necesidad de información de los usuarios que constantemente están buscando a través de la Web.

Se acude al periodismo digital ya que el impacto que esté ha tenido en los últimos tiempos ha despertado en los medios tradicionales la necesidad de ampliar sus plataformas trasladando en algunos casos sus contenidos a la Web, la facilidad de escuchar y ver al mismo tiempo hace que lo digital sea más preferido y participativo pues “con el crecimiento de los blogs y otras plataformas para publicar contenido, se produjo un aumento de un fenómeno particular: el Periodismo Participativo, también conocido como “periodismo

¹ FRANCO. Guillermo. Cómo escribir para la web. Iniciativa del Centro Knight para Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin. En línea: [http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/guillermo-franco-como-escribir-para-la-web-2008.pdf]. Fecha de consulta: 21 de Noviembre del 2012

² ZAZONI. Leandro. El imperio digital. Buenos Aires. Ediciones B. 2008. En línea: [http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/leandro-zanoni-el-imperio-digital-2009.pdf] Fecha de Consulta: 20 de Noviembre del 2012

ciudadano”³. Se apela al término periodismo ciudadano ya que en la comunidad universitaria se buscó un actor participante que generará información para dar a conocerla en los diferentes medios institucionales.

En este proyecto se acude a los dos medios tanto el digital como el físico, ya que la Universidad Industrial de Santander utiliza para su divulgación informativa estos dos mecanismos, que diariamente son elementos al servicio de la comunidad académica, con el objetivo de dar a conocer los eventos y la actualidad de esta entidad además preservar el buen manejo de la identidad e imagen corporativa.

Con base en lo anterior es preciso presentar los medios con los que cuenta la Dirección de Comunicaciones de la UIS para la divulgación de su información:

- **MEDIOS IMPRESOS:**

La oficina de prensa de la Universidad Industrial de Santander cuenta con Cátedra Libre y Hecho en la UIS, periódicos que se generan mensualmente con contenidos de interés para toda la comunidad institucional. Los periódicos se producen y circulan desde la institución, creando un espacio de difusión importante dentro de la comunidad UIS.

- **PAGINA WEB INSTITUCIONAL:**

La oficina de prensa es la encargada del manejo diario de la página principal web (<http://www.uis.edu.co/>), se caracteriza por ser un sistema ágil, rápido y de gran difusión. Este medio abarca un público específico a nivel nacional, regional y de igual manera institucional.

- **BOLETÍN INFORMATIVO DE PRENSA**

Son emitidos por La Oficina de prensa de la UIS a través del correo electrónico (prensa@uis.edu.co), con el objetivo de comunicarle no sólo a la comunidad

³ Ibid 69

académica sino además las bases de datos que difunden la información institucional de la UIS.

- **MONITORES (TELEVISORES CON CIRCUITO CERRADO PARA INFORMACIÓN DE LA UIS)**

La UIS tiene un circuito cerrado donde ubica televisores otorgándole a la comunidad universitaria información realizada por la oficina de prensa de la Dirección de Comunicaciones de la UIS.

- **RADIO**

La Dirección de Comunicaciones de la UIS dentro de su división tiene las emisoras de la UIS en AM y FM, las cuales tienen programación las 24 horas del día, allí se emiten programas culturales e información institucional.

Objetivos de la Oficina de prensa de la UIS:

- Realizar un apoyo periodístico institucional a través de los diferentes medios como: Fotografía, pauta publicitaria, organización de agendas y ruedas de prensa, periódicos internos (Cátedra libre, Hecho en la UIS, Página web, Boletines).

La gran totalidad de las oficinas de prensa o dirección de comunicaciones tienen como objetivo diseñar estrategias con las cuales se preserva la imagen de la institución allí se manejan los medios al servicio de la organización.

La oficina de prensa continuamente publica toda la información de la UIS para los medios que tiene a disposición de la Dirección de Comunicaciones y demás instituciones y medios de comunicación de la región que continuamente emiten información de la Universidad Industrial de Santander.

CONTEXTO INSTITUCIONAL

Antecedentes:

La Universidad Industrial de Santander oficialmente inaugura sus labores en 1948, en el patio de la escuela Industrial Dámaso Zapata, convirtiéndose en una institución de educación superior que tiene como propósito la formación de personas de alta calidad ética, política y profesional, de igual forma tiene como fundamento generar y adecuar conocimientos, desde la conservación e interpretación de la cultura y la participación activa, liderando procesos de cambio por el progreso y mejor calidad de vida de la comunidad

Del mismo modo, dentro de su misión expuesta se basan los principios democráticos, la reflexión crítica, el ejercicio libre de la cátedra, el trabajo interdisciplinario y la relación con el mundo externo. Anexo a esto el trabajo que la Universidad promueve se da en las cualidades humanas de las personas que la integran, en la capacidad laboral de sus empleados, en la excelencia académica de sus profesores y en el compromiso de la comunidad Universitaria con los propósitos institucionales y la construcción de una cultura de vida.

Ubicación:

La Universidad Industrial de Santander cuenta en este momento con ocho sedes donde preside sus labores educativas, estas se encuentra organizadas así:

Tres sedes en la ciudad de Bucaramanga: el campus principal ubicado en carrera 27 con calle 9, la Facultad de salud y la sede Bucarica en la que se encuentran oficinas administrativas; una sede en el municipio de Piedecuesta, Barbosa, Málaga, Barrancabermeja, y Socorro.

La Dirección de Comunicaciones y la oficina de prensa se encuentra en el campus principal, ubicado en un área de 337.000 metros cuadrados en la zona nororiental de la meseta, en la Cra 27 con Calle 9 (Ciudad Universitaria), en ella alberga los edificios de las Facultades de Ingenierías, Ciencias y Humanidades; Bienestar Universitario, Dirección General de Investigaciones, Biblioteca Central y oficinas administrativas; además, diversos centros de investigación, Centro de Tecnologías de Información y Comunicación - CENTIIC, auditorios, talleres, laboratorios, museos, canchas deportivas y zonas verdes; y de igual manera en ella se encuentra la dirección de comunicaciones, donde se encuentra adscrita la oficina de prensa sitio donde se presta el apoyo por parte de la pasante de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Presentación de la Dirección de Comunicaciones de la UIS:

La Dirección de Comunicaciones de la Universidad Industrial de Santander es el departamento encargado de llevar y transmitir toda la información perteneciente a la universidad desde la publicación de noticias y notas en los diferentes medios. Dentro de sus funciones están cuatro (4) grupos de trabajo, a saber, desde los medios: Radio, Prensa, Televisión, página Web y Protocolo e Imagen Institucional; a partir de los cuales adelanta una acción comunicativa, informativa y de integración de la comunidad en torno a los propósitos misionales de la Universidad.

Este departamento se une a un proceso de formación superior, en el que se encuentra la Universidad Industrial de Santander, para el mejoramiento de su investigación, desarrollo de nuevas tecnologías, y el ejercicio de la academia a nivel nacional e internacional.

Es por esto, que el departamento de comunicación es fundamental en el ejercicio de informar, visibilizar, y generar una comunicación interna y externa que le permita a la Universidad Industrial de Santander, difundir el proceso de

planeación estratégico para el mejoramiento integral y progresivo, por medio de la comunicación.

Desde el área de comunicación se plantea el diseño e implementación de una estrategia de comunicación que responda integralmente a las necesidades que se presentan, de tal manera que se integren los esfuerzos institucionales para hacer el mejor aprovechamiento de los recursos, lograr coherencia y unidad, y reafirmar su imagen en el medio.

El trabajo de la dirección de comunicaciones se construye entonces para abarcar tres dimensiones:

- 1- Dimensión Informativa y de prensa (mediática noticiosa), utilizando como herramientas los medios de comunicación institucionales y medios masivos externos.
- 2- Dimensión académica y educativa, representa un componente comunicativo más elaborado, maneja contenidos para educar y formar. Se requiere mayor producción y seguimiento investigativo a los procesos.
- 3- Dimensión Social, define estrategias comunicativas que contribuyen a establecer un horizonte y una visión común para todos los públicos involucrados en el proceso.

Para el ejercicio de apoyo comunicativo por parte de la pasante de comunicación de la Universidad Industrial de Santander industrial, se toma como lugar de pasantía el grupo de prensa que hace parte de la dirección de comunicaciones.

Oficina de prensa UIS:

El equipo de profesionales de la oficina de prensa está liderado por Comunicadora Social – Periodista y cuenta con el apoyo de camarógrafo y editor; los cuales realizan un completo desarrollo de contenidos, investigación, recolección o acopio de la información, cubrimiento de noticias, producción de

las piezas comunicativas, y socialización de los procesos, dentro de la Universidad Industrial de Santander.

Como trabaja la oficina de prensa:

Para el cumplimiento de las tres dimensiones que tiene como objetivo abarcar la dirección de comunicaciones, la oficina de prensa cuenta con una segmentación de públicos que corresponden a los diferentes entes involucrados en el proceso de comunicación y difusión de la información:

Público Interno. Consejo Superior, Directivos, estudiantes, docentes, administrativos, asociaciones, comunidad universitaria.

Público Externo – sectorial. Medios masivos, gremios, sector gubernamental, egresados, es el público que genera una relación directa o indirecta con la institución y ayudan a consolidar la imagen de la UIS a raíz de la relaciones corporativas que desarrollen. Involucra a todos los sectores que generan opinión.

Público General. Es todo aquel que indirectamente y sin tener un conector con la UIS recibe mensajes y crea un imaginario de la institución a través de la publicidad. Involucra tanto a la Comunidad Universitaria como a la comunidad en general.

No obstante, en cada publicación emitida por la oficina de prensa a los diferentes públicos se debe tener en cuenta tres componentes con relación al tipo de público, que logran dividir la clase de comunicación de acuerdo al público de interés.

- **Componente Focal.** Público interno – desarrollo de modalidades específicas de relacionamiento con sus grupos de interés. Construcción de mensajes persuasivos de acción inmediata a través del desarrollo de un concepto creativo que sensibilice el tema en la comunidad

universitaria. Es la información que únicamente le interesa al público interno y que busca posicionar a la UIS como activo público de la sociedad.

- **Componente Institucional.** Posicionamiento de la imagen de la UIS, presencia en eventos y escenarios que permitan su visibilidad y dar a conocer la realidad de la UIS mediante la difusión de mensajes institucionales. Mensajes de interés al público en general.
- **Componente Social.** Público externo interacción con la sociedad- a través de una estrategia de comunicación que involucra medios masivos para la difusión y visibilidad del quehacer del alma mater y socializar el compromiso y la responsabilidad social de la Institución. Información que genera opinión en la comunidad universitaria y comunidad en general.

Los documentos elaborados y los medios de comunicación con los que cuenta la oficina de prensa para hacer la difusión de la información son:

Oficina de Prensa

- ***Boletines de Prensa.*** La Coordinación de Prensa, planea, produce y promociona los boletines de prensa que diariamente se remiten a los medios regionales y nacionales, agencias de noticias, periódicos, emisoras y cadenas de radio, y canales de televisión, revistas especializadas, y red de comunicación universitaria.
- ***Programación de Entrevistas y recorrido de medios.*** Promover la vigencia de la UIS en los medios a través de entrevistas programadas y recorrido en medios masivos, con los actores de la comunidad universitaria: directivos, docentes, estudiantes, que puedan desarrollar temas de interés que informen, formen y construyan.
- ***Ruedas de Prensa.*** Organizar semestralmente o cuando algún evento especial o situación de última hora lo exija, una rueda de prensa o encuentro con medios y el vocero oficial de la UIS.

- **Lobby Periodístico.** Fortalecer las relaciones directas con los periodistas nacionales y regionales a través de visitas a los medios, encuentros y organización de jornadas de capacitación o eventos exclusivos para el gremio.
- **Servicios periodísticos.** Garantizar un eficiente servicio periodístico para el cubrimiento de eventos y facilitar el material fotográfico, audiovisual, grabaciones de audio a los periodistas que lo requieran en el desarrollo de su labor comunicativa.
- **Producción Noticias para TV.** Diariamente se producen dos noticias para TV las cuales se emiten a través de los espacios informativos contratados para este fin. La producción de los videos clips noticiosos para TV se transmiten en los canales regionales, TRO, y TVC y canal interactivo de la UIS, como suministro informativo para los canales locales y de interés general.

Definir la producción de un programa de Tv educativo para transmitir a través de los canales regionales, canal zoom y canal institucional.

Promover en los noticieros de TV nacionales como es RCN, CM&, Caracol entre otros, la emisión de una noticia de impacto nacional, la cual se logra dependiendo del contenido y de la forma como se presente la noticia y las relaciones con el medio.

- **Cubrimiento de Noticias para Radio.** El grupo de Prensa de la UIS suministra noticias para emisión radial, para que se emitan en los espacios de los noticieros radiales de los diferentes medios de comunicación, con el fin de lograr tres impactos semanales en RCN, Caracol y demás emisoras de la región.
- **Pregrabados para Radio.** El Grupo de Prensa realiza promociones grabadas con mensajes institucionales, o pronunciamientos del vocero de la institución, así como declaraciones especiales de última hora de la dirección de la UIS, para emitirlos a través de todos los noticieros

radiales de las demás cadenas regionales y nacionales y para ubicar las grabaciones en la web.

- **Participación en los Programas Radiales.** Semanalmente se coordina, recorrido por los diferentes medios radiales, programando la participación en los programas radiales que se transmiten en directo, encuentros o entrevistas en donde los Directivos, profesores, estudiantes o líderes de los procesos institucionales informen lo pertinente a sus actividades.
- **Portal Web institucional.** Suministro de información actualizada para la web, entrega de noticias institucionales diarias de impacto y con un referente de interés público que permita visibilizar la imagen y los productos de la UIS.

Se debe desarrollar un proyecto que actualice los contenidos de la página web, ya que como referente informativo la página de la UIS presenta inconsistencia en la información.

Canal de noticias de TV- Actualidad de la WEB.

Desarrollo de un boletín electrónico que permita a través de un hipervínculo acceder a la página web con el desarrollo de toda la información.

- **Canales interactivos.** Información Noticiosa publicada a través del portal UNIVERSIA, la agencia de noticias del Ministerio de Educación Nacional CVN, y la Red de Universidades Locales UNIREL.
- **Boletín Electrónico.** Diseñar una herramienta electrónica de difusión por red, que permita a través de un hipervínculo acceder a la página web de la UIS y desarrollar el contenido de la información. Esta herramienta permite dar a conocer la agenda de noticias, programación académica, hechos relevantes con diseño gráfico y registro fotográfico. El boletín electrónico es de circulación virtual y se envía a todos los

periodistas y medios de comunicación externos, así como a la comunidad universitaria y redes nacionales.

Medios Impresos:

- ***Hecho en la UIS:*** periódico de publicación mensual donde se emiten información dirigida a público interno de la Universidad Industrial de Santander.
- ***Calendario Académico.*** Informativo ágil que de a conocer el calendario académico de la UIS, este producto se coordinará conjuntamente con la Vicerrectoría Académica- Dirección de Admisiones.
- ***Cátedra Libre,*** es importante analizar la filosofía del periódico, su misión, que busca y los objetivos de su producción, con el fin de caracterizar públicos, definir contenidos, replantear el diseño, y definir el sistema de distribución y el tiraje de la impresión.
- ***Informe anual de gestión.*** Libro anual que presente el balance de la gestión institucional.

Objetivos de la oficina de prensa:

- Fortalecer el conocimiento sobre la misión, valores corporativos, visión de futuro, resultados, actividades operativas y científicas de proyección social al interior de la institución, para ser más cohesiva, productiva y competitiva.
- Involucrar y comprometer en el proceso organizacional a todos los servidores UIS y estudiantes, para generar espíritu de pertenencia institucional.
- Unificar en cada una de las dependencias el manejo de los sistemas de comunicación para la promoción de sus servicios y organización de

eventos, proyectando la imagen institucional unificada en la divulgación de sus planes, programas y proyectos.

2. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

2.1 Objetivo General

- Realizar un apoyo periodístico a la oficina de prensa de la Dirección de Comunicaciones de la Universidad Industrial de Santander

2.2 Objetivos Específicos

- Promover la información que se genere desde la División de Bienestar Universitario en los medios de la Dirección de Comunicaciones de la UIS.
- Crear una red estudiantil de corresponsales con el fin de fortalecer las estrategias de comunicación y difusión de las actividades, programas, eventos e información que se generen desde los estudiantes y que requieran promoción tanto al interior de la comunidad académica como a nivel de medios masivos
- Realizar informes en Cátedra Universitaria y Hecho en la UIS acerca de las actividades que se desarrollan dentro de esta institución
- Utilizar elementos multimediales para la construcción de boletines de prensa dándole a conocer a la comunidad los sucesos más relevantes de la UIS.

3. ACCIONES DESARROLLADAS

Tabla.1 Objetivos ejecutados

OBJETIVO	FECHA	METAS	LOGROS
Realizar apoyo periodístico a la oficina de prensa de la Dirección de Comunicaciones de la UIS	Diariamente	Llevar a cabo informes donde se evidencie la reportería realizada en las diferentes actividades	Difusión de información para toda la comunidad académica en los medios de comunicación de la UIS

OBJETIVO	FECHA	METAS	LOGROS
Promover la información que se genere desde la División de Bienestar Universitario en los medios de la Dirección de Comunicaciones de la UIS.	Semanalmente	Realizar especiales radiales con diferentes temas propiciados por la División de Bienestar Universitario	Emisión de programas radiales en el espacio del “Escaño” en los cuales se realizó divulgación de la División de Bienestar Universitario
Crear una red estudiantil de corresponsales con el fin de fortalecer las estrategias de comunicación y difusión de las	1 de agosto – 1 de octubre	2 reuniones con los representantes de los centros de estudio.	Obtención de un canal directo con los estudiantes para la difusión de información relevante para los centros de estudios de la UIS.

actividades, programas, eventos e información que se generen desde los estudiantes y que requieran promoción tanto al interior de la comunidad académica como a nivel de medios masivos			
Realizar informes en Cátedra Universitaria y Hecho en la UIS acerca de las actividades que se desarrollan dentro de esta institución	Semanalmente	Que todos los centros de estudio tengan un corresponsal encargado de enviar la información a prensa.	Divulgación de la información en los medios escritos que dirige la oficina de prensa de la UIS
Utilizar elementos multimediales para la construcción de boletines de prensa dándole a conocer a la comunidad los	Semanalmente	Haber recibido por lo menos un correo electrónico de cada uno de los centros de estudio.	A través de la fotografía y del apoyo periodístico se logró realizar boletines de prensa

sucesos más relevantes de la UIS.			
---	--	--	--

Tabla.2 ESTRATEGIAS EN ACUERDO CON EL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS PROPUESTOS

Para dar resultado a los objetivos es necesario enfatizar que la pasantía se llevó a cabo en 6 meses y que se ejecutó a través de un cronograma de actividades basándose siempre en los objetivos propuestos al momento de diseñar la estrategia.

OBJETIVO RELACIONADO CON DEPENDENCIA	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	ACCIONES DESARROLLADAS	TIEMPO DE EJECUCIÓN
OFICINA DE PRENSA	Realizar apoyo periodístico a la oficina de prensa de la Dirección de Comunicaciones de la UIS	Se publican las actividades con dos días de anticipación. Lo que permiten una divulgación pertinente y a tiempo; esta información es generada desde los servicios y programas de Bienestar Universitario.	Comunicación con los diferentes contactos encargados de los programas. Permitiendo recolección de la información de los eventos de la División de Bienestar Universitario, y así genera su publicación continúa.	Desde el lunes 4 de junio al miércoles 26 de noviembre de 2012.
DIVISIÓN DE BIENESTAR UNIVERSITARIO	Promover la información que se genere desde la División de	Generar los programas de radio para el programa "El Escaño" con la información pertinente para hacer	Nombrar los servicios que se ofrecen. Tocar temas de las campañas que se están	Desde el lunes 4 de junio al miércoles 26 de

	Bienestar Universitario en los medios de la Dirección de Comunicaciones de la UIS.	recordación de los servicio de la División de Bienestar Universitario. Realizando preproducción y producción del programa.	llevando a cabo durante la semana en el División de Bienestar Universitario. Grabación de del programa los lunes a las 5:30 pm y emisión los jueves a las 11:30 am.	noviembre de 2012.
	Crear una red estudiantil de corresponsales con el fin de fortalecer las estrategias de comunicación y difusión de las actividades, programas, eventos e información que se generen desde los estudiantes y que requieran promoción tanto al interior de la comunidad	Acercamiento de la oficina de prensa por medio de la pasante encargada, a los diferentes centros de estudio, para el conocimiento y recolección de la información de su organización.	una comunicación permanente directa o por vía internet con los centros de estudio	Desde el lunes 4 de junio al miércoles 26 de noviembre de 2012.

	académica como a nivel de medios masivos			
	Realizar informes en Cátedra Universitaria y Hecho en la UIS acerca de las actividades que se desarrollan dentro de esta institución	Asistir a los diferentes eventos para realizar reportería y entrevistar a los personajes de la UIS que se han destacado en el departamento por los logros adquiridos.	Entrevistas con los personajes que semanalmente asistían a la Universidad para dar a conocer sus avances en las diferentes áreas del saber. Fotografías a los distintos eventos organizados en la Universidad Industrial de Santander	Desde el lunes 4 de junio al miércoles 26 de noviembre de 2012.
	Utilizar elementos multimediales para la construcción de boletines de prensa dándole a conocer a la	Cubrimiento de los eventos, actividades de los estudiantes organizados en la UIS	Entrevistas, fotografías, video, audio y demás elementos con los cuales se pueda obtener información	Desde el lunes 4 de junio al miércoles 26 de noviembre de 2012.

	comunidad los sucesos más relevantes de la UIS.	para dar a conocer a toda la comunidad lo que los jóvenes están realizando	acerca de los ejecutado por los estudiantes de la UIS	
--	---	--	---	--

Avances sistematización del hacer:

En este informe se realizaron tres etapas para lograr el cumplimiento de las estrategias propuestas:

- Elaboración de un diseño estratégico para llevar a cabo la pasantía: en la primera etapa se llevó a cabo el desarrollo de estrategias como la conformación de grupos académicos, difusión de la información de las diferentes dependencias, con el objetivo de cumplir las propuestas iniciales de apoyo a la oficina de prensa de la pasantía, para ello se indagó por la función de la oficina de prensa de la UIS y el trabajo que realiza en esa institución.
- Ejecución de las estrategias y planes de acciones a desarrollar: después de crear las estrategias para llevar a cabo el apoyo periodístico fue necesario iniciar el proceso de la pasantía con los diferentes elementos para realizar el cubrimiento, por ende se dispuso de la cámara fotográfica, la grabadora periodística como instrumentos para la recolección de información que fueron puestos a disposición del archivo para ser utilizado en la Oficina de Prensa.
- Cumplimiento de las estrategias: el diseño de las estrategias y acatamiento de estas se dio a partir de la recolección de información. Como resultados alcanzados en la pasantía se realizaron boletines informativos que fueron enviados a los diferentes medios de comunicación de la región, además se brindó un apoyo eficaz a la oficina de prensa de la UIS.

El apoyo efectuado y el cumplimiento de las estrategias se dieron en la oficina de prensa que diariamente emite información, desde ésta dependencia se pudo cumplir cuidando la imagen corporativa de la institución, además integrando cada uno de los agentes de la comunidad académica (talento humano).

El talento humano fue fundamental ya que éste es la base de toda organización por ello se pudo evidenciar conformación de grupos académicos que trabajaron en conjunto con la Dirección de Comunicaciones, así mismo dependencias como Bienestar Universitario que fueron aliados estratégicos para la divulgación de la información.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Es necesario fortalecer los lazos entre la oficina de prensa y los diferentes grupos de estudiantes que conforman los centros de estudio, debido a que en ocasiones no acuden a esta dependencia para la divulgación de su información.
- Es necesario centralizar la información con la dirección de comunicaciones y la Rectoría como principal dependencia de la Universidad Industrial de Santander. Las estrategias planteadas por las oficinas administrativas deben responder a los objetivos y las directrices de la Dirección de Comunicaciones, ya que es la división que regula a los medios institucionales de la UIS al momento de divulgar información y de transmitirla a la comunidad externa.
- La Dirección de Comunicaciones debe ser en todas sus sub-divisiones más compactas, ya que en ocasiones se evidencia falencias en la unión del equipo que conforma esta dependencia (radio, tv, prensa, protocolo) lo que genera repercusiones en la información.
- Se recomienda semestralmente ejecutar un plan estratégico diseñado a partir de los objetivos que se generen por semestre ya que es importante tener presente con anticipación los eventos posibles a cubrir en los respectivos meses además de indagar por la base de datos de los periodistas y posibles medios con los que se desea impactar.
- Es necesario que los comunicadores de otras dependencias adscritas a la Universidad Industrial de Santander visualicen a la Dirección de Comunicaciones como un aliado estratégico para el cumplimiento de sus objetivos por ello desde la oficina de prensa se brinda el espacio para la

publicación de informes que contribuyan al buen manejo de la imagen de la UIS.

- Debido a que “los individuos, las instituciones, el gobierno e incluso los reporteros usan la Web para mantener un registro de sus encuentros con otros medios.”⁴ Es necesario fortalecer el vínculo con los respectivos medios de comunicación de la región para que a través de los boletines informativos que se elaboran electrónicamente se pueda emitir la información y dar a conocer en las redes sociales lo que se elabora desde la oficina de prensa de la UIS.

⁴ Bowcan. Shayne. Nosotros, el medio, Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. We Media. Editado por J.D Lasica. 2005. Fecha de Consulta: 10 de Diciembre del 2012. Sitio web: <http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/shayne-bowman-y-chris-willis-nosotros-el-medio-2007.pdf>

5. BIBLIOGRAFÍA

- Bowcan. Shayne. Nosotros, el medio, Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. We Media. Editado por J.D Lasica. 2005. Fecha de Consulta: 10 de Diciembre del 2012. Sitio web: <http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/shayne-bowman-y-chris-willis-nosotros-el-medio-2007.pdf>
- FRANCO. Guillermo. Cómo escribir para la web. Iniciativa del Centro Knight para Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin. En línea: [\[http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/guillermo-franco-como-escribir-para-la-web-2008.pdf\]](http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/guillermo-franco-como-escribir-para-la-web-2008.pdf). Fecha de consulta: 21 de Noviembre del 2012
- PUYAL, E. (2001):" La comunicación interna y externa de la empresa", (En línea) 5campus.com. Sociología <http://www.5campus.com/leccion/comui>. Fecha de consulta: 21 de Noviembre del 2012
- ZAZONI. Leandro. El imperio digital. Buenos Aires. Ediciones B. 2008. En línea: [\[http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/leandro-zanoni-el-imperio-digital-2009.pdf\]](http://mediamanagementblog.files.wordpress.com/2010/06/leandro-zanoni-el-imperio-digital-2009.pdf) Fecha de Consulta: 20 de Noviembre del 2012

6. ANEXOS

Anexo A: Boletín informativo Equipo Ganador



BOLETÍN ELECTRÓNICO
SEMANA DEL 27 DE FEBRERO AL 4 DE MARZO DE 2012
||| Jornadas académicas ||| Actos protocolarios ||| Actividades científicas y lúdico - recreativas
||| Eventos deportivos ||| Encuentros culturales
VISITA NUESTRA WEB: www.uis.edu.co



Equipo Ganador Los Villegas: Andres Fernando Niño Sáenz, Héctor Jesús Villegas Góngora, agachado: Juan Sebastián González –conductor vehículo, Julian Andrés Calderón Sánchez y José David Niño.



Encuétranos también en:

- Twitter: <http://twitter.com/uisenlinea>
- YouTube: <http://youtube.com/uisvideo>
- Flickr: <http://flickr.com/uisenlinea>
- Facebook: <http://facebook.com/home.php#!/uisenlinea>





Universidad
Industrial de
Santander



CONSTRUIMOS FUTURO

BOLETÍN ELECTRÓNICO

SEMANA DEL 27 DE FEBRERO AL 4 DE MARZO DE 2012

||| Jornadas académicas ||| Actos protocolarios ||| Actividades científicas
||| Eventos deportivos ||| Encuentros culturales y lúdico - recreativas

VISITA NUESTRA WEB: www.uis.edu.co



Equipo de 5 participantes	
Lugar	Fecha
Frente al Auditorio Luis A. Calvo	Lunes 27 8:00 a.m. Martes 28 8:00 a.m. Jueves 1 de Marzo 8:00 a.m.



Equipo de 5 participantes	
Lugar	Fecha
Frente al Auditorio Luis A. Calvo	Martes 28 2:00 p.m. Jueves 1 de Marzo 8:00 a.m.



Equipo de 5 participantes	
Lugar	Fecha
Frente al Auditorio Luis A. Calvo	Lunes 27 8:00 a.m. Martes 28 8:00 a.m.
Estadio 1 de marzo	Jueves 1 de Marzo 2:00 p.m.



Vicerrectoría de
Investigación
y Extensión



Universidad
Industrial de
Santander

CONSTRUIMOS FUTURO

Encuétranos también en:

- Twitter: <http://twitter.com/uislinea>
- YouTube: <http://youtube.com/uisvideo>
- Flickr: <http://flickr.com/uislinea>
- Facebook: <http://facebook.com/home.php#!/uislinea>





CONSTRUIMOS FUTURO

BOLETÍN ELECTRÓNICO

SEMANA DEL 27 DE FEBRERO AL 4 DE MARZO DE 2012

||| Jornadas académicas ||| Actos protocolarios ||| Actividades científicas
||| Eventos deportivos ||| Encuentros culturales y lúdico - recreativas

VISITA NUESTRA WEB: www.uis.edu.co

Jueves finales y viernes premiación: **Con éxito avanza UIS Ingenium**

La Vicerrectoría de Investigación y Extensión, inició este lunes 27 de febrero la segunda versión del concurso UIS Ingenium, en el marco de las actividades conmemorativas de los 64 años de la UIS.

Con una exitosa convocatoria de estudiantes, cerca de 152 equipos se inscribieron para participar en las tres categorías del concurso como son: Vuelo, Vehículo, y Reciclaje Armónico.

Cada equipo está conformado por 5 estudiantes, quedando en total 66 equipos para competir en la modalidad de Vuelo, 66 equipos en Vehículo y 20 para la categoría de reciclaje armónico.

Este jueves 1 de marzo, durante todo el día, se llevarán a cabo las diferentes eliminatorias y finales del Concurso UIS Ingenium, cuya premiación se tiene prevista para el viernes 2 de marzo en horas de la mañana.



CONSTRUIMOS FUTURO

Encuétranos también en:

- Twitter: <http://twitter.com/uisenlinea>
- YouTube: <http://youtube.com/uisvideo>
- Flickr: <http://flickr.com/uisenlinea>
- Facebook: <http://facebook.com/home.php#!/uisenlinea>





CONSTRUIMOS FUTURO

BOLETÍN ELECTRÓNICO

SEMANA DEL 27 DE FEBRERO AL 4 DE MARZO DE 2012

III Jornadas académicas III Actos protocolarios III Actividades científicas
III Eventos deportivos III Encuentros culturales y lúdico - recreativas

VISITA NUESTRA WEB: www.uis.edu.co



Camilo Andres Barrera, Angelmiro Sixto Hernández, Jaider Navarra, Felipe Pardo, Jesús Machuca.



Carlos Alberto Gómez; Andres Rodriguez Rueda; Yusei Pantoja Tamayo; Marlon Jair Calderon Gómez.

Por otro lado, los participantes del reto de reciclaje armónico se reunieron en la jornada de la tarde, para definir los finalistas de esta categoría, quienes a su vez realizarán la fase de elaboración de prototipos, para su presentación y respectiva selección de los ganadores.

La mayoría de los grupos participantes están conformados por Estudiantes, Ingenieros y diseñadores, quienes con su espíritu innovador y de emprendimiento, llamaron la atención y la motivación de toda la comunidad universitaria.

La Oficina de Prensa dialogó con Juan Felipe Lopez Muñoz, Químico de la UIS, integrante de uno de los 5 equipos finalistas de la categoría de vehículo, quien manifestó: “Este concurso es más que poner en práctica las ciencias aplicadas, es dejarse llevar por la imaginación y el instinto”.



CONSTRUIMOS FUTURO

Encuétranos también en:

- Twitter: <http://twitter.com/uisenlinea>
- YouTube: <http://youtube.com/uisvideo>
- Flickr: <http://flickr.com/uisenlinea>
- Facebook: <http://facebook.com/home.php#!/uisenlinea>





BOLETÍN ELECTRÓNICO

SEMANA DEL 27 DE FEBRERO AL 4 DE MARZO DE 2012

||| Jornadas académicas ||| Actos protocolarios ||| Actividades científicas
||| Eventos deportivos ||| Encuentros culturales y lúdico - recreativas

VISITA NUESTRA WEB: www.uis.edu.co

Este Jueves gran final UIS Ingenium

El concurso UIS - Ingenium, sigue sorprendiendo a toda la comunidad santandereana, con la muestra de creatividad, ingenio y destreza de más de 750 estudiantes UIS, quienes participan con ideas innovadoras y fomentan el trabajo interdisciplinario en torno al concurso.

En la mañana del martes 28 de febrero, las categorías de vuelo y vehículo pasaron por la fase de elaboración de prototipos con diferentes modelos que van desde los aerodinámicos hasta los convencionales, quedando 5 equipos finalistas en cada una de las dos categorías, quienes se enfrentarán nuevamente el jueves 1 de marzo, para realizar la exhibición de sus prototipos y definir los ganadores de este gran concurso del ingenio y la creatividad.



Participantes de UIS Ingenium: Jesús Mantilla Gamarra, Maria fernanda Rodriguez, Juliany Garcia, Alejandro Galeano, Johana Patricia Ardila.



Encuétranos también en:

- **Twitter:** <http://twitter.com/uisenlinea>
- **YouTube:** <http://youtube.com/uisvideo>
- **Flickr:** <http://flickr.com/uisenlinea>
- **Facebook:** <http://facebook.com/home.php#!/uisenlinea>





BOLETÍN ELECTRÓNICO

SEMANA DEL 27 DE FEBRERO AL 4 DE MARZO DE 2012

||| Jornadas académicas ||| Actos protocolarios ||| Actividades científicas
||| Eventos deportivos ||| Encuentros culturales y lúdico - recreativas

VISITA NUESTRA WEB: www.uis.edu.co

Ganadores UIS Ingenium

RETO VUELO Y RECICLAJE ARMÓNICO



Primer lugar: Mayerli Hernandez, Catalina Perea , Ingeniería Industrial; Camilo garcia-Ingeniería Electrónica; Daniel Sierra, Ingeniería Mecánica, Daniel Mutis, Diseño Industrial.



Encuétranos también en:

- Twitter: <http://twitter.com/uislinea>
- YouTube: <http://youtube.com/uisvideo>
- Flickr: <http://flickr.com/uislinea>
- Facebook: <http://facebook.com/home.php#!/uislinea>

