

**ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN COMUNICATIVA DIGITAL EN LA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO UPB.**

**PATRICIA GARNICA RODRÍGUEZ
COMUNICADOR SOCIAL-PERIODISTA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
SEPTIEMBRE DE 2013**

**PATRICIA GARNICA RODRÍGUEZ
COMUNICADOR SOCIAL-PERIODISTA**

**ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN COMUNICATIVA DIGITAL EN LA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO UPB.**

SUPERVISOR

**HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA
SUPERVISOR DE PASANTÍA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
SEPTIEMBRE DE 2013**

Nota de aceptación:

Presidente del Jurado

Firma Jurado

Firma Jurado

Bucaramanga, 23 de septiembre de 2013.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de estudiar y formarme Comunicadora Social-Periodista en la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga. Además, agradezco a mis padres por su apoyo, confianza, motivación y colaboración durante el proceso de la academia. A mis docentes los aprendizajes en cada una de las áreas y los valores inculcados para ser mejor persona cada día y excelente profesional al servicio de la comunidad. Así mismo, agradezco a la Facultad, por permitirme poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera; al docente, Héctor Mauricio Gómez, agradecimientos por ser el supervisor en la finalización de mis estudios académicos.

DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios por las bendiciones recibidas y a mis padres Víctor Hugo Garnica Girardot Olga Rodríguez Azuero, por su apoyo, motivación y confianza cada día.

MUCHAS GRACIAS.

CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCIÓN	12
MARCO REFERENCIAL	13
IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	18
OBJETIVO	28
OBJETIVO GENERAL	28
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	28
PLAN DE TRABAJO	29
JUSTIFICACIÓN	31
ACTIVIDADES DESARROLLADA	32
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	41

TABLA DE ANEXOS

	Pág
ANEXO A: INFORMES MENSUALES DE REDES SOCIALES	40
ANEXO B-NOTAS Y ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS REALIZADOS	45
ANEXO C- REALIZACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES DE LAS EXPERIENCIAS PROFESIONALES DE LOS EGRESADOS	47
ANEXO D-ESCALETAS PARA NOTAS DEL CANAL DE TELEVISION UPB	49
ANEXO E-CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO DEL TRABAJO EN LAS AULAS	50
ANEXO F- APOYO A LAS ACTIVIDADES DE LA CELEBRACIÓN DE LOS 15 AÑOS DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO	54

RESUMEN

TITULO: Estrategia de Participación Comunicativa Digital en la Facultad de Comunicación Social-Periodismo UPB

AUTOR(ES): Patricia Garnica Rodríguez

FACULTAD: Comunicación Social-Periodismo

DIRECTOR (A): Héctor Mauricio Gómez

RESUMEN: La creación en la sociedad de los espacios de la Web 2.0 han motivado la aparición de una nueva figura profesional: el Community Manager, el comunicador social cumple con el rol de crear estrategias comunicativas, a través de los entornos virtuales. Este fenómeno se origina por la rápida incorporación que están viviendo los profesionales de la comunicación online de la mano de la convergencia digital, es decir de la continua transformación de los medios en el ámbito tecnológico, empresarial y profesional.

El objetivo del presente trabajo es desarrollar una Estrategia de Participación Comunicativa Digital en la Facultad de Comunicación Social-Periodismo UPB, la metodología se basa en un plan de trabajo, unas estrategias y acciones comunicativas para fomentar la participación de los estudiantes, egresados y docentes de la Facultad, en el Fan page, Blog oficial de la Facultad, Twitter, entre otros canales de comunicación digital.

Podemos afirmar que este profesional es cada vez más demandado por las organizaciones, entendido como aquella persona responsable de sostener las relaciones de comunicación en el ámbito digital, en base al conocimiento de los planteamientos estratégicos de la organización, los intereses y necesidades.

PALABRAS CLAVES: Community Manager, Periodismo Digital, Web 2.0, Contenidos Digitales, Participación, Redes Sociales.

ABSTRACT

TITLE: Strategy of Digital communicative participation at the Faculty of communication Social-journalism UPB

AUTHOR: Patricia Garnica Rodríguez

FACULTY: Social Communication and Journalism

DIRECTOR (A): Héctor Mauricio Gómez

SUMMARY: The creation in the Web 2.0 space society have motivated the emergence of a new professional figure: the Community Manager, the social Communicator fulfills the role of creating communication strategies, through virtual environments. This phenomenon is caused by quickly incorporating living practitioners of online communication in the hands of the digital convergence, the continuous transformation of the technological, business and professional media.

The objective of the present study is to develop a strategy of Digital communicative participation at the Faculty of communication Social-journalism UPB, the methodology is based on a work plan, strategies and communicative actions to promote the participation of students, graduates and teachers of the faculty, in the Fan page, official Blog of the faculty, Twitter, among other digital communication channels.

We can say that this is increasingly demanded by the organizations, understood as that person hold the relations of communication in the digital realm, based on knowledge of the strategic approaches of the Organization, the interests and needs.

KEY WORDS: Community Manager, Digital Journalism, Web 2.0, Digital Content, Participation, Social Networks.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales digitales son un fenómeno de las nuevas tecnologías, nos encontramos ante nuevas formas de comunicación que están transformando la forma en que nos comunicamos y la manera en que nos acercamos a las personas¹, ahora la comunicación es abierta porque cada vez somos más participativos digitalmente, en cuanto a los contenidos digitales que queremos publicar y consumir en las redes.

Por otro lado las herramientas digitales nos han dado la posibilidad de acceder a la información y darnos a conocer con mínimos recursos, desde este punto de vista el fenómeno de las redes sociales ha significado la democratización y acceso que permiten construir grandes comunidades con un interés en común. Sin olvidar que las redes sociales deben abordarse desde una perspectiva táctica donde la generación de contenidos periodísticos hechos para la Internet sea lo primordial.

Las redes sociales son vistas como una herramienta eficaz para lograr la estrategia de participación comunicativa digital al interior de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo UPB Bucaramanga, porque se pueden adaptar libremente según las necesidades de comunicación.

Internet se ha consolidado como el medio más consumido, según indica el estudio “Mediascope Europe 2010” publicado por la European Interactive Advertising Association (EIAA). La Web 2.0 alude a las Redes Sociales como espacios de socialización caracterizados por la comunicación global y la participación.

¹ Eva Herrero Curiel, EL PERIODISMO EN EL SIGLO DE LAS REDES SOCIALES, Revista de Comunicación Vivat Academia Universidad Carlos III. Madrid. España, febrero de 2012.

Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora un nivel de interacción y participación, su evolución como nuevo medio, su aplicación y proyección es la Web 2.0 y el llamado software social son y serán cada vez más plataformas de nuevos contenidos audiovisuales, interactivos y de realidad virtual².

La capacidad de comunicación y de globalización que tienen las redes ha provocado que un gran número de personas las esté utilizando con fines muy variados, el mundo educativo no puede permanecer ajeno ante fenómenos sociales como este que está cambiando la forma de comunicación entre las personas.

Sin lugar a dudas el potencial comunicador de las redes sociales está todavía por descubrir y debe ser estudiado más en profundidad (Suárez, 2010). Es en estos momentos cuando empiezan a crearse redes con finalidades educativas y, sin lugar a dudas, durante los próximos años se producirán novedades.

Las redes sociales son estructuras compuestas por personas u otras entidades las cuales están conectadas por una o varias relaciones en común, en este caso específico las redes sociales dispuestas por la facultad de comunicación Social-Periodismo UPB son de carácter informativo, este tipo de redes son las que presentan un mayor valor en su aplicación académica porque se pueden adaptar libremente según las necesidades.

La comunicación a través de las redes sociales da la oportunidad de recuperar el discurso y la práctica de la exigencia de la calidad con el objetivo de marcar una estrategia de participación comunicativa, estableciendo relaciones personales o

²Campos Freire, Francisco (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, Edición 63, páginas 287 a 293, La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna, 2008, recuperado el 10 de abril de 2013, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html, ISSN: 1138-5820

profesionales entre los usuarios que comparten conocimiento y experiencias apoyándose en sitios web abiertos y en construcción permanente de información.

Según el informe de “La Sociedad en Red 2008”, elaborado por el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información en España³, la evolución experimentada en los últimos años por las industrias generadoras de contenidos digitales a nivel mundial ha sido positiva, Las redes sociales se han expandido por Internet a gran velocidad gracias a la denominada Web 2.0, cuya filosofía sienta sus bases en la colaboración y la gestión compartida de contenidos digitales.

Los contenidos digitales están marcados por el rápido desarrollo de la tecnología, el acceso a redes de Banda Ancha globales y el consiguiente cambio en los hábitos de consumo del usuario, que se convierte en emisor y receptor al mismo tiempo.

En la transformación de los contenidos de los últimos años, desde la aparición y expansión de Internet hasta hoy, se observa una importante evolución de las características esenciales de los contenidos que pasaron de ser estáticos a dinámicos. Fijos a móviles, de verticales a horizontales, de cableados a inalámbricos y de divergentes a convergentes⁴.

El receptor de los contenidos digitales, el usuario, también ha cambiado sus hábitos con la aparición del fenómeno de la Web 2.0, que le remplacea en el centro de la cadena de valor del desarrollo de los contenidos, y pasa a convertirse en actor activo en dicho proceso, de esta forma el consumidor de contenidos paso de ser usuario a desarrollador, de observador a creador y de seguidor a líder.⁵

³ Informe Anual de la Sociedad de la Información en España 2008, Edición 2009.

⁴ Contenidos Digitales, Estudios sobre el estado actual y perspectivas, Cluster Audiovisual de la comunidad de Madrid, [online] tomado de www.madridnetwork.org/Info/Audiovisual/.../Contenidos_digitales.p, publicado en mayo de 2009, Madrid.

⁵ Ibid.

El objetivo de la industria de contenidos es que en cualquier lugar, en cualquier dispositivo y en cualquier persona se produzca información o conocimiento aunque todavía existen retos tecnológicos, estructurales y legislativos, a pesar de estas barreras, la tendencia actual apunta cada vez más hacia el desarrollo de contenidos digitales que cumplan con las características de interactividad multiplataforma, innovadores, adaptativos y convergentes, en donde la unión de formatos de prensa, radio y televisión en un solo medio, facilitando la participación del usuario y una acercamiento con la realidad desde cualquier parte del mundo, respondiendo así a las necesidades del Internet.

En el sector de desarrollo de contenidos, el cubrimiento periodístico se encarga de emplear el Internet para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos. El ciberperiodismo o periodismo digital aprovecha las pautas de la escritura tradicional y la potencia con las especificidades de la comunicación en Internet, es decir, el periodismo digital no obliga a hacer borrón y cuenta nueva en la redacción periodística, de hecho, el estilo periodístico clásico, basado en los tres criterios esenciales de precisión, concisión y claridad, se ajusta a las exigencias de comunicación rápida y clara de la Red.

El periodismo digital no es otra cosa que poner a circular en las redes sociales noticias que emergen de la cotidianidad, utilizando herramientas que permiten la integración de recursos escritos, gráficos, audiovisuales⁶; a través de este lenguaje multimedia se da la posibilidad de aprovechar las características del hipertexto para crear modelos de escritura y comunicación propios. La utilización del hipertexto es una motivación para el usuario a tener una experiencia diferente y dinámica dentro de la web, este modelo no debe confundirse con los vínculos que invitan al lector a ver más información⁷.

⁶ Suárez Ospina Ana Mercedes, Revista INPAHU Investigaciones, La Digitalización de la Noticia, Edición número 7, Colombia, noviembre, 2011, ISSN 0121-3652.

⁷ Ibid.

El periodismo en Internet ha adquirido poder y atrae día a día millones de usuarios permitiéndoles formarse un criterio propio para la generación de opinión pública, las dimensiones de crecimiento de los usuarios no tienen límites y del mismo modo conducen a infinidad de formas de participación.

Las audiencias se transformaron porque aprovecharon las alternativas de los nuevos medios, seleccionando contenidos dejaron de ser pasivas y empezaron a interactuar con la información hasta tal punto de llegar a ser capaces de influir y decidir en la información que desean consumir; los usuarios pasaron a ser sus propios generadores de contenidos.

Facebook y Twitter entre otras redes son las aplicaciones en Internet que más han transformado las formas de participación de las personas y que con mayor vigor ha contribuido su impacto social. “Es así como para los jóvenes y niños prácticamente el mundo es inimaginable sin las potencialidades de estos recursos públicos, pues ellos hacen fácil el establecimientos de comunicaciones, la pertenencia, la identidad grupal, la libertad de actuación y la expresividad.”⁸

Según Ana Mercedes Suárez Ospina⁹ “Fenómenos como Facebook y Twitter son considerados hoy en día epicentros de cientos de debates, resultado de informaciones que alimentan los mismos usuarios efectos comunicativos para provocar diversas reacciones por parte de las audiencias”

Las redes sociales disponen del uso de aplicaciones estadísticas para medir y evaluar la participación de los usuarios, teniendo en cuenta que existen resultados tangibles e intangibles, previstos e imprevistos, que afectan no sólo al

⁸ Parra Castrillón Eucario, Revista Anagramas, Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios, Universidad de Medellín, Volumen 9, N° 17, pp. 107-116 - ISSN 1692-2522 - Julio-diciembre de 2010.

⁹ Suárez Ospina Ana Mercedes, Revista INPAHU Investigaciones, La Digitalización de la Noticia, Edición número 7, Colombia, noviembre, 2011, ISSN 0121-3652.

grupo o página que los produjo , sino a todas las personas que se encuentran a su alcance. La medición de estos impactos centra su atención sobre las publicaciones y contenidos que allí se generan, desde este punto de vista, la evaluación de la participación de los usuarios en las diferentes redes, permite medir el alcance real de la información, de esta forma el administrador de estos entornos virtuales puede direccionar su estrategia de participación comunicativa digital a través de unas características claves, como efectividad, aumento de seguidores y calidad de información.

El impacto de las redes no solo es visto como un espacio virtual para encuentros de amigos, sino como medio para hacer mercadeo, generar negocios, divulgar noticias, emprender campañas o hacer denuncias, como red pública social, democrática, de fácil uso y acceso

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 NOMBRE Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La organización tiene como nombre Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga, ubicada en el Campus Universitario Km. 7 vía a Piedecuesta.

Los números telefónicos en los cuales pueden contactar a la institución son: 6796220 Ext. 542, y a su correo electrónico comunicacionesocial.bga@upb.edu.co

1.2 NOMBRE Y CARGO DEL SUPERVISOR EN LA EMPRESA

La Directora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, Olga Beatriz Rueda Barrios, fue quien estuvo a cargo de la revisión de las funciones que le correspondieron realizar a la pasante. Su correo electrónico es: olgab.rueda@upb.edu.co

1.3 HISTORIA Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA¹⁰

El 15 de Septiembre de 1936, por Decreto del señor Arzobispo de la ciudad de Medellín Monseñor Tiberio de Jesús Salazar y Herrera, se funda la Universidad Católica Bolivariana, siendo su primer rector Monseñor Manuel José Sierra. Inició su actividad académica con 78 estudiantes matriculados en la Facultad de Derecho.

Nueve años después, el 16 de Agosto de 1945, como reconocimiento a su trabajo evangelizador, Su Santidad Pío XII le otorga el título de "Pontificia" y desde entonces se conoce como Universidad Pontificia Bolivariana.

¹⁰ UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Portal WEB. (Online) **En:** Universidad Pontificia Bolivariana, 2005. Citado en 2008. Disponible en: http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,32665551&_dad=portal&_schema=PORTAL

Los principios de humanismo cristiano, el magisterio de la Iglesia y los ideales del libertador Simón Bolívar son desde la fundación de la UPB, el horizonte de la sólida formación e instrucción científica, tecnológica y humana con la que se forman nuestros educandos, líderes que contribuyen al desarrollo del país.

La excelencia académica durante varias décadas, ha permitido que la Universidad Pontificia Bolivariana, hoy sea miembro de reconocidas organizaciones como la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Federación Internacional de Universidades Católicas FIUC, la Unión de Universidades de América Latina UDUAL, la Asociación Internacional de Universidades AIU, la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrados AUIP y la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana ATEI.

Actualmente la UPB cuenta con tres seccionales, las cuales tienen sus sedes en las ciudades de Bucaramanga, Montería y Palmira y una Unidad de Proyección y Gestión en Bogotá. Así mismo hace presencia en gran parte del territorio nacional y en algunos países de Centroamérica gracias a sus programas de extensión.

A mediados de 1988 se revive la iniciativa arquidiocesana de fundar para el nor-oriental 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 UPB.

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 Quirós 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.

La Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, pensado no sólo en la excelencia académica sino además en la calidad de vida institucional, emprendió desde 1997 el diseño arquitectónico de su planta física, tomando como base un plan maestro que, desarrollado en su totalidad, representa un área construida del orden de los 35.000 m2.

En el año de 1997 se elaboran los diseños arquitectónicos de la primera etapa, se inició su construcción y se dio al servicio de la comunidad universitaria en 1999. Esta etapa está conformada por cuatro edificios con un área construida de aproximadamente 7.350 m2, allí se ubican, en el edificio A: la Cámara de Gesell, el Grupo de Investigación de Neurociencias y Comportamiento, los laboratorios de Hidráulica, Mecánica de Fluidos, Resistencia de Materiales, Suelos, Pavimentos, Máquinas Eléctricas, Control de Máquinas, Robótica y Vídeo, el Centro de Proyección Audiovisual y el Centro de Servicios en Telecomunicaciones; en el edificio B: los laboratorios de Ciencias Básicas y de Electrónica; en el edificio C: Cafetería, Librería y Fotocopiadora, Sala de Profesores y Oficina de prácticas empresariales de ingenierías; en el edificio D: oficinas Administrativas, Salas de Redacción Revista PLATAFORMA.

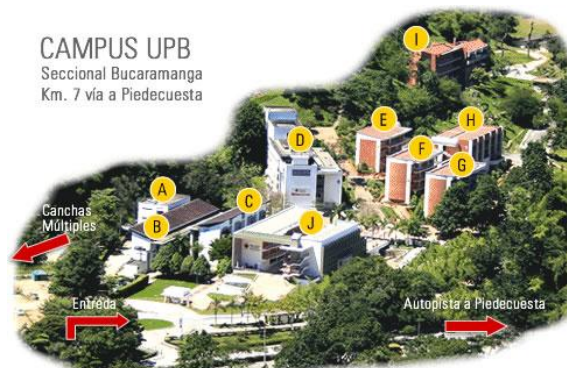


Imagen No.1: campus universitario ¹¹

¹¹ Imagen No. 1: Campus Universitario I: UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Portal WEB. (Online) **En:** Universidad Pontificia Bolivariana, 2005. Citado en 2008. Disponible en: http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,32665551&_dad=portal&_schema=PORTAL

En el año 2001 se dio inicio a la construcción de la segunda etapa conformada por los edificios E, F, G, H e I. En el edificio E: además de aulas y oficinas administrativas se ubica: una sala de lectura, la sala de Nuevas Tecnologías y la Sala de Música; en el edificio F: Librería y fotocopiado y la Sala Sede de los Grupos Culturales; en el edificio G se encuentra el Dpto. de Bienestar Universitario: Consultorio Médico y Psicológico, Trabajo Psicosocial, direcciones de los Grupos Culturales, Deportivos y la sala de exposiciones.

En el edificio H se ubican, igualmente aulas de clase y oficinas administrativas, el Auditorio Juan Pablo II, en honor a la vida, obra del Sumo Pontífice, recinto con capacidad para 304 personas, dotado de aire acondicionado y modernos equipos técnicos, acústicos y de vídeo, para el desarrollo de eventos culturales.

Por último sobresale el edificio J, ubicado a la entrada de la Universidad. Este bloque fue construido en el 2007 y allí se albergan aulas de clase, oficinas, la nueva biblioteca y un auditorio menor con capacidad para 155 personas.

Estos edificios enmarcan obras urbanísticas acogedoras que invitan a la reflexión, una plazoleta adornada por un hermoso mural ejecutado por el maestro Jorge Iván Arango Rodríguez, canales, espejos y fuentes de agua que armonizan el paisaje del Valle de Menzulí.

1.4 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.

1.5 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.

1.6 Principios:

La Universidad Pontificia Bolivariana, como institución educativa de la Iglesia Católica, promueve y apoya, 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.

1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL UPB BUCARAMANGA¹²

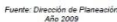


Imagen No. 2: Estructura Organizacional I¹³

La Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga está organizada jerárquicamente por departamentos o directivas, el Consejo Directivo seccional Bucaramanga junto a la Rectoría Seccional son los dos entes que dirigen la Universidad, de ellos se desprende cuatro divisiones fundamentales, la primera es la división Académica, la segunda es la división es la Pastoral y la tercera división es la Administrativa-Financiera y la cuarta y última división son las escuelas; escuela de Ingeniería y Administración, escuela de Ciencias Sociales y escuela de Derecho y Ciencias Políticas, cada escuela cuenta con un consejo de escuela y otro de facultad.

¹² UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Portal WEB. (Online) **En:** Universidad Pontificia Bolivariana, 2005. Citado en 2008. Disponible en:

¹³ Imagen No. 2: Estructura Organizacional I: UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Portal WEB. (Online) **En:** Universidad Pontificia Bolivariana, 2005. Citado en 2008. Disponible en: http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,32665551&_dad=portal&_schema=PORTAL

1.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL COMUNICACIÓN SOCIAL¹⁴

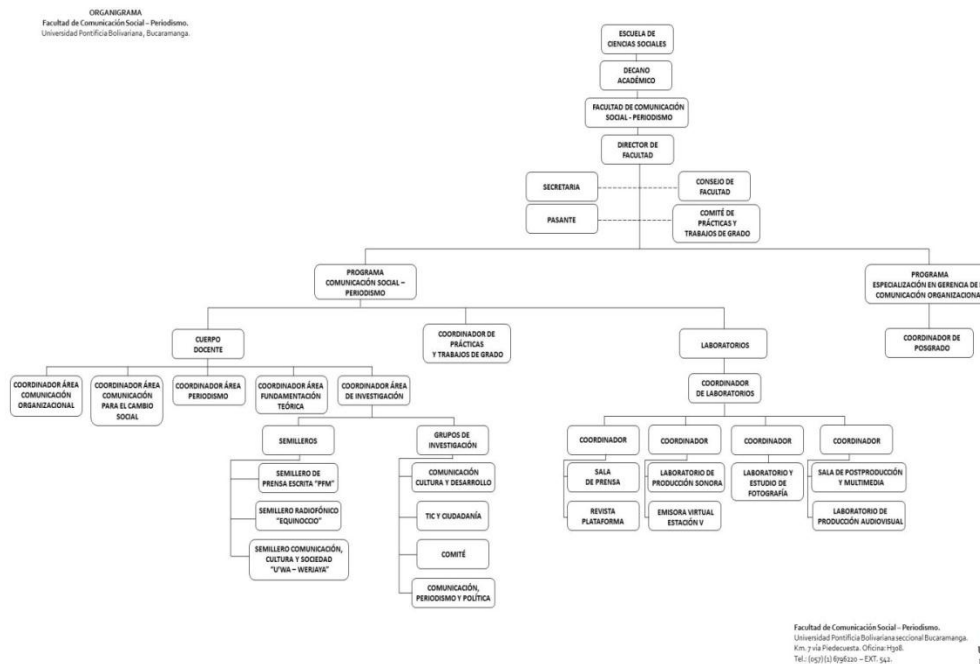


Imagen No. 3: Estructura Organizacional I¹⁵

La escuela de Ciencias Sociales se encuentra dirigida por el Decano Académico y la Directora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, otros organismos que los apoyan en su trabajo son el Consejo de Facultad, el Comité de Prácticas y Trabajos de Grado, secretaria y el pasante, este es el cargo que ocupan los estudiantes que decidieron hacer la modalidad de pasantía como requisito de grado y se encargan de manejar las redes sociales de la Facultad y apoyar en las diferentes actividades de la escuela de Ciencias Sociales. No obstante, este no es

¹⁴ UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Portal WEB. (Online) En: Universidad Pontificia Bolivariana, 2005. Citado en 2008. Disponible en:

http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,32665551&_dad=portal&_schema=PORTAL

¹⁵ Imagen No. 3: Estructura Organizacional II: UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, Repositorio de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo 2012.

el único recurso humano con el que cuenta esta escuela también se encuentra el programa de pregrado y posgrado, la sección de pregrado está conformada por el cuerpo docente que se encarga de coordinar las diferentes áreas de comunicación y de igual forma los semilleros, grupos de investigación y laboratorios.

El programa de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga se propone:
Brindar una formación integral a los futuros profesionales en el conocimiento de los procesos de comunicación social y su aplicación en campos profesionales específicos (periodismo, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo, y producción audiovisual y radiofónica). La formación en estos campos implica la comprensión global de los procesos de comunicación frente a los fenómenos socioculturales y la adquisición de habilidades para utilizar eficiente y constructivamente los respectivos lenguajes y medios de comunicación en la producción y recepción de mensajes. Esto incluye la movilización de esfuerzos hacia la sensibilización de nuestro comunicador por la divulgación científica como una oportunidad de ejercicio profesional en la región.

Formar profesionales capaces de abordar la comunicación con una perspectiva científica, tras la búsqueda, a partir de la investigación social, de respuestas que den cuenta de los fenómenos comunicacionales presentes tanto en el ámbito regional como mundial. Estos profesionales se convierten en productores críticos y creativos de mensajes, bajo los principios rectores de la verdad, la dignidad y el criterio ético, orientados a mejorar nuestro entorno social.

Preparar al estudiante para analizar, interpretar y producir mensajes dentro del sistema de signos y lenguajes del entorno socio cultural, con los recursos apropiados; abordar desde una perspectiva interdisciplinaria las teorías que permiten comprender el fenómeno comunicativo; estudiar la comunicación desde una visión transdisciplinar para dar cuenta de las particularidades de su objeto de

estudio en cuanto a producción de sentido, dentro del ámbito propio de la cultura.

Fundamentar en los futuros comunicadores de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, la oportunidad de lograr la promoción y el desarrollo de iniciativas auténticas respaldadas en los diversos medios alternativos de comunicación y las nuevas tecnologías, que funcionen bajo una perspectiva diferente de las ya conocidas empresas informativas tradicionales; todo esto, a través de una permanente vinculación de la universidad con el entorno local y regional, para aprovechar la gama de conocimientos que ofrecen las disciplinas sociales.

Promover las herramientas necesarias que faciliten y potencien una nueva orientación de la comunicación, que esté siempre al servicio de la comunidad; también que nuestros egresados, hombres y mujeres sean profesionales idóneos y que tengan la suficiente capacidad para entender su entorno y participar, de manera comprometida, en el estudio y la solución de los problemas sociales.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Fomentar la participación de los estudiantes, egresados y docentes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana UPB, en Fan page, Blog oficial de la Facultad, Twitter, entre otros medios de comunicación digital de la Facultad.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 2.3** Realización de contenidos digitales de las experiencias profesionales de los egresados de la Facultad de Comunicación Social- Periodismo.
- 2.4** Cubrimiento periodístico de las experiencias de aula de docentes y estudiantes de la Facultad para contenido digital.
- 2.5** Apoyar las actividades de celebración de los 15 años de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.
- 2.6** Apoyar el proceso de renovación de Registro Calificado de la Facultad de comunicación Social-Periodismo UPB.
- 2.7** Sistematización de la información en las redes sociales de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo UPB.
- 2.8** Apoyar en la logística y realización del congreso de Comunicación Organizacional.
- 2.9** Apoyar el sistema de Televisión UPB

3. PLAN DE TRABAJO

		marzo	abril	mayo	junio	julio	agost
Realización de contenidos digitales de las experiencias profesionales de los egresados de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo	-Entrevistas a través de redes sociales.						
	-Reportajes de experiencias de egresados de la facultad Que serán publicados en las redes sociales.						
	-Publicación de perfiles profesionales.						
Cubrimiento periodístico de las experiencias de aula de docentes y estudiantes de la Facultad para contenido digital.	-Registro fotográfico, fílmico y de audio de las diferentes actividades que realizan los estudiantes.						
Apoyo a las actividades de la celebración de los 15 años de la facultad de Comunicación Social-Periodismo.	-Generar campañas para que los estudiantes de Comunicación participen en la elaboración del video de los 15 años.						
Apoyar el proceso de renovación de Registro	-Apoyar las actividades de registro calificado de la Facultad de Comunicación Social-						

Calificado de la Facultad de comunicación Social-Periodismo UPB.	Periodismo. -Sistematización de la Información de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.						
Sistematización de la información en las redes sociales.	-Crear un manual de crisis para las redes sociales. -Realizar un informe mensual sobre el estado de la página en Facebook y Twitter.						
Apoyar el canal de televisión UPB.	Realizar cubrimiento periodístico de noticias internas de tipo administrativas o académicas.						

4. JUSTIFICACIÓN

Como generadores de contenidos digitales competimos por la atención del usuario, por lo que la vinculación que logremos obtener es esencial si deseamos tener éxito en nuestra estrategia de participación comunicativa digital.

Las redes sociales están siendo utilizadas para que las empresas, organizaciones, personas o en este caso la Facultad de Comunicación Social-Periodismo UPB puedan difundir información de forma oficial y pública a los usuarios que deciden conectarse a ellas¹⁶.

El fanpage nos permite compartir con nuestros fans, en este caso específico con estudiantes, egresados, docentes y comunidad interesada en la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, fotos, videos, notas, enlaces, responder comentarios, crear aplicaciones y medir o evaluar la actividad generada por la comunidad.

Las redes sociales permiten la inclusión entre todas las plataformas aumentando los beneficios de la página a través de la dotación de nuevas herramientas para presentar los contenidos de una forma más atractiva e interactiva, por esta razón se propone divulgar contenidos digitales de las experiencias profesionales de los egresados, cubrimiento periodístico de las experiencias de aula de docentes y estudiantes y Apoyo en los procesos internos de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.

¹⁶ Manual de uso de profesional de Facebook, (Online) **En:** Agencia de Consultoría en Social Media Marketing, Territorio Creativo, Citado en 2005. Disponible en: <http://www.facebook.com/Territoriocreativo>

5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

5.1 Informe Marzo-Abril 2013

En los meses de marzo y abril se desarrollaron diferentes actividades como Registro fotográfico, entrevistas y publicación de contenidos informativos para los seguidores de nuestras redes sociales en el Fan Page(<https://www.facebook.com/FACOMUPBBGA>), Blog oficial de la Facultad(<http://comperiodismoupbbga.wordpress.com/>), Twitter(@AFACOMUPBBGA), entre otros medios, estos contenidos se generaron con el fin de fomentar la participación de los estudiantes, egresados y docentes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.

Los contenidos digitales están marcados por el rápido desarrollo de la tecnología y el acceso a las redes, el consiguiente cambio en los hábitos de consumo del usuario, ha transformado los contenidos de los últimos años, se observa una importante evolución de las características esenciales de los contenidos que pasaron de ser estáticos a dinámicos, de fijos a móviles, de verticales a horizontales, de cableados a inalámbricos y de divergentes a convergentes¹⁷.

Teniendo en cuenta esta cita es importante resaltar que las actividades que se desarrollan a través de las redes sociales de la Facultad se utilizan de forma convergente, en los contenidos informativos se publicaron noticias de interés general y anuncios para toda la comunidad académica, algunos de los contenidos que se generan en las redes y están dirigidos a los egresados son más específicos en cuanto a sus necesidades profesionales.

En la realización de contenidos digitales de las experiencias profesionales de los egresados de la Facultad de Comunicación Social- Periodismo, se publicaron diferentes perfiles profesionales y entrevistas, estas publicaciones se realizan

¹⁷ Contenidos Digitales, Estudios sobre el estado actual y perspectivas, Cluster Audiovisual de la comunidad de Madrid, [online] tomado de www.madridnetwork.org/Info/Audiovisual/.../Contenidos_digitales.p, publicado en mayo de 2009, Madrid.

con el fin de vincular y fomentar la participación de los egresados con las redes sociales y mantener ese vínculo con su Facultad, también se pretende mostrarle a los estudiantes los diferentes campos donde se puede desarrollar el comunicador, además de darle un reconocimiento a la Facultad por su excelente labor de formación de profesionales integrales.

En las actividades de registro fotográfico se realiza un cubrimiento periodístico de las experiencias de aula de docentes y estudiantes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, cabe resaltar que esta actividad es una de las más vistas por los seguidores, durante los meses de marzo y abril se registraron imágenes de cátedras de reflexión, invitados especiales en las aulas o semilleros de investigación, perfiles de estudiantes destacados por ser nominados al premio Césares que reconoce a los mejores realizadores audiovisuales universitarios del país, fotografía de los 15 años de la Facultad, imágenes de ceremonia de grados, cubrimiento de la Celebración de la semana del idioma y registro de la semana de sustentaciones de trabajos de grado.

Las actividades mencionadas anteriormente, no son otra cosa que poner a circular en las redes sociales noticias que emergen de la cotidianidad, utilizando herramientas que permiten la integración de recursos escritos, gráficos y audiovisuales¹⁸, a través de este lenguaje multimedia se da la posibilidad de aprovechar las características para crear modelos de comunicación propios de la Facultad con la comunidad académica. La utilización de estas herramientas es una motivación para el usuario a tener una experiencia diferente y dinámica que permite que la Facultad de Comunicación Social-Periodismo muestre el nivel y calidad de las experiencias en las aulas y las herramientas tecnológicas y recurso humano con que cuentan los estudiantes en el desarrollo de su carrera profesional.

¹⁸ Suárez Ospina Ana Mercedes, Revista INPAHU Investigaciones, La Digitalización de la Noticia, Edición número 7, Colombia, noviembre, 2011, ISSN 0121-3652.

5.2 Informe Mayo-Junio 2013

Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora un nivel de interacción y participación, su evolución como nuevo medio, su aplicación y proyección es la Web 2.0 y el llamado software social son y serán cada vez más plataformas de nuevos contenidos audiovisuales, interactivos y de realidad virtual¹⁹.

El mundo educativo no puede permanecer ajeno ante fenómenos sociales como este que está cambiando la forma de comunicación entre las personas, por esta razón la Facultad de Comunicación Social-Periodismo durante los meses de mayo y junio desarrollo diferentes actividades como Registro fotográfico, entrevistas y publicación de contenidos informativos para los seguidores de nuestras redes sociales en el Fan Page(<https://www.facebook.com/FACOMUPBBGA>), Blog oficial de la Facultad(<http://comperiodismoupbbga.wordpress.com/>), Twitter(@AFACOMUPBBGA), entre otros medios, estos contenidos se generaron con el fin de fomentar la participación de los estudiantes, egresados y docentes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.

En los contenidos informativos se publicaron noticias de interés general y anuncios para toda la comunidad académica, los contenidos que se generan desde la Facultad están dirigidos a los estudiantes, egresados y comunidad académica en general, durante este bimestre la realización de contenidos

¹⁹Campos Freire, Francisco (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, Edición 63, páginas 287 a 293, La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna, 2008, recuperado el 10 de abril de 2013, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html, ISSN: 1138-5820

digitales de las experiencias profesionales de los egresados de la Facultad de Comunicación Social- Periodismo, se realizaron con el fin de resaltar el trabajo de estos profesionales de la comunicación y a su vez exponer a los estudiantes los diferentes campos en los que se puede desarrollar un comunicador social. Es importante que desde que el estudiante está iniciando su carrera conozca y se desempeñe en los campos que la comunicación le ofrece y aproveche las herramientas, espacios y laboratorios que la Facultad le permite usar para el progreso de la misma.

Durante este bimestre también se realizó registro un fotográfico y de vídeo de todas las actividades cotidianas de la Facultad y sus miembros, esta actividad es una de las más vistas por los seguidores de las redes sociales ya que ellos se sienten identificados, porque son partícipes de todos los eventos que allí se publican. Teniendo en cuenta esta experiencia podemos afirmar que el usuario de los contenidos digitales ha cambiado sus hábitos con el fenómeno de la Web 2.0 y pasa a convertirse en actor activo de las redes sociales, de esta forma el consumidor de contenidos paso de ser usuario a desarrollador, de observador a creador y de seguidor a líder.²⁰

²⁰ Contenidos Digitales, Estudios sobre el estado actual y perspectivas, Cluster Audiovisual de la comunidad de Madrid, [online] tomado de www.madridnetwork.org/Info/Audiovisual/.../Contenidos_digitales.p, publicado en mayo de 2009, Madrid.

5.3 Informe Julio y Agosto de 2013

En los meses de julio y agosto se desarrollaron diferentes actividades como Registro fotográfico, cubrimiento periodístico para el informativo UPB y publicación de contenidos informativos para los seguidores de nuestras redes sociales en el Fan Page(<https://www.facebook.com/FACOMUPBBGA>), Blog oficial de la Facultad <http://comperiodismoupbbga.wordpress.com/>, Twitter (@AFACOMUPBBGA), entre otros medios, estos contenidos se generaron con el fin de fomentar la participación de los estudiantes, egresados y docentes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.

Según Ana Mercedes Suárez Ospina²¹ “Fenómenos como Facebook y Twitter son considerados hoy en día epicentros de cientos de debates, resultado de informaciones que alimentan los mismos usuarios efectos comunicativos para provocar diversas reacciones por parte de las audiencias” teniendo en cuenta esta cita a la dinámica de trabajo en las redes sociales de la Facultad se le dio mayor importancia durante este bimestre, ya que por medio de ellas se realizó la convocatoria y campaña para el representante estudiantil, también se hizo la invitación formal a la celebración de los 15 años de la facultad y su respectivo cubrimiento de actividades.

Teniendo en cuenta que existen resultados tangibles del uso de las redes sociales a través del uso de aplicaciones estadísticas que afectan no sólo al grupo o página que los produjo, sino a todas las personas que se encuentran a su alcance. La medición de estos impactos centra su atención sobre las publicaciones y contenidos que allí se generan, desde este punto de vista, la evaluación de la participación de los usuarios en las diferentes redes, permite afirmar que en este bimestre aumento con 1.02 % el alcance real de la información, de esta forma el administrador de estos entornos virtuales puede

²¹ Suárez Ospina Ana Mercedes, Revista INPAHU Investigaciones, La Digitalización de la Noticia, Edición número 7, Colombia, noviembre, 2011, ISSN 0121-3652.

direccionar su estrategia de participación comunicativa digital a través de unas características claves, como calidad de información la cual con lleva a lograr un aumento de seguidores y mayor sentido de pertenencia de los mismos.

Paralelamente se ha venido desarrollando un trabajo de creación de contenidos audiovisuales para el informativo UPB, donde se desarrollan actividades de reporteria, producción audiovisual y redacción. El objetivo del Informativo UPB es crear contenidos, que en cualquier lugar, en cualquier dispositivo y en cualquier miembro de la comunidad académica motiven la apropiación de la información, el sistema de televisión en cabeza de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo apunta cada vez más hacia el desarrollo de contenidos digitales que cumplan con las características de interactividad multiplataforma, innovadores, adaptativos y convergentes, en donde la unión de formatos de prensa, radio y televisión en un solo medio, faciliten la participación de estudiantes y administrativos ofreciendo un acercamiento con la realidad institucional desde cualquier parte del mundo.

Según el informe de “La Sociedad en Red 2008”, elaborado por el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información en España²², las redes sociales se han expandido por Internet a gran velocidad gracias a la denominada Web 2.0, cuya filosofía sienta sus bases en la colaboración y la gestión compartida de contenidos digitales. Cabe resaltar que la Facultad de Comunicación Social-Periodismo propicia la comunicación desde sus redes sociales, adquiriendo el poder de expandirse a gran velocidad y atraer día a día nuevos usuarios permitiéndoles formarse un criterio propio para la generación de opinión, las dimensiones de crecimiento de los usuarios no tienen límites y del mismo modo conducen a infinidad de formas de participación que cada vez permitirán la apropiación de estos medios.

²² Informe Anual de la Sociedad de la Información en España 2008, Edición 2009.

6. CONCLUSIONES

- 6.1. Los contenidos digitales que resumen las experiencias profesionales de los egresados permitieron que estos se vincularan con la Facultad a través de los medios, desarrollando presencia importante en las redes sociales. De este modo se garantiza la constante comunicación de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo con sus egresados.
- 6.2. El cubrimiento periodístico de las experiencias de trabajo en las aulas facilitó la visibilización del desarrollo y renovación de la infraestructura académica y administrativa de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.
- 6.3. El apoyo en las actividades para la celebración de los 15 años de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo se realizaron a través de campañas que circularon por las redes sociales de la Facultad y la respuesta de los estudiantes fue muy positiva porque participaron de todas las actividades.
- 6.4. Dentro de las actividades que se desarrollaron para el proceso de renovación del registro calificado de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, los docentes, estudiantes y egresados se mantuvieron vinculados a las actividades a través de las redes sociales donde se informaba el estado del proceso y el resultado del mismo.

6.5. El sistema de Televisión UPB le dio un espacio a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo para participar en el laboratorio integrado de medios LABORA, con el fin de crear y producir contenidos periodísticos para toda la comunidad académica. A través de la supervisión y coordinación de un grupo de docentes y directivos de la Facultad y la Escuela de Ciencias Sociales, quienes del mismo modo apoyaron la iniciativa con infraestructura, equipos, recurso humano y tecnológico.

7. RECOMENDACIONES

- 7.1. Los usuarios de las redes sociales de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo deben ser los generadores de contenidos particularmente con todo lo relacionado con el cubrimiento periodístico del trabajo en las aulas. De esta forma la Facultad abre un espacio para que los estudiantes y docentes puedan verse reflejados en los medios.
- 7.2. Realizar un mailing para los egresados de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, en el cual se incluyan los canales de comunicación en los que la Facultad hace presencia, del mismo modo recordarles que sus experiencias como profesionales y todos aquellos proyectos que emprendan son de importancia para la comunidad académica. De esta forma se pueden destacar sus experiencias, por otra parte a través de las redes sociales se puede hacer visible el posicionamiento de la Facultad y sus egresados en el ámbito local, nacional e internacional.
- 7.3. Continuar realizando los informes mensuales de las estadísticas de las redes sociales para evaluar los contenidos que se están divulgando y la participación de los usuarios con estas publicaciones. Las estadísticas permiten establecer el formato de contenidos (fotografías, videos o texto) que los usuarios más consumen y comparten, los resultados de estos informes también pueden ser usados en la creación de una estrategia digital comunicativa para atraer más seguidores a las redes sociales de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.

BIBLIOGRAFÍA

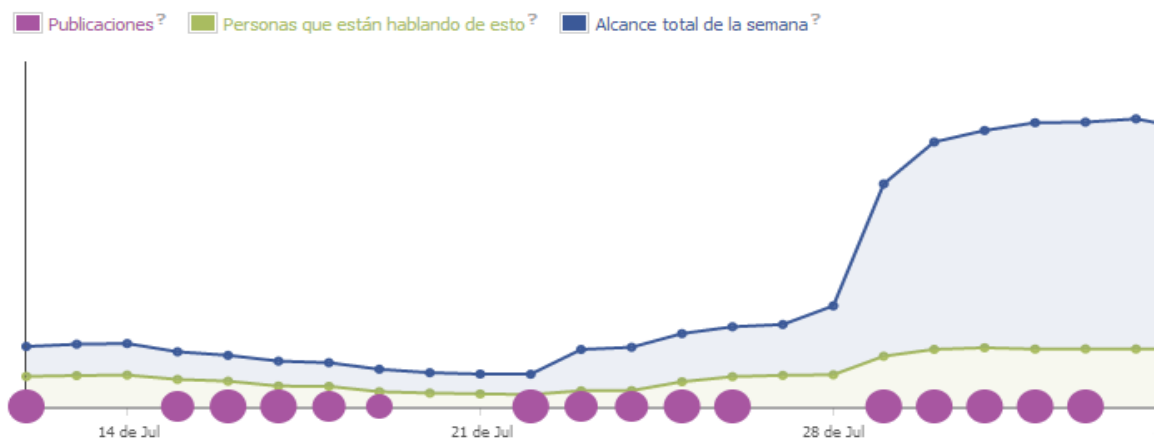
- CAMPOS Freire, Francisco (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, Edición 63, páginas 287 a 293, La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna, 2008, recuperado el 10 de abril de 2013, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html, ISSN: 1138-5820
- CONTENIDOS DIGITALES, ESTUDIOS SOBRE EL ESTADO ACTUAL Y PERSPECTIVAS, Cluster Audiovisual de la comunidad de Madrid, [online] tomado de www.madridnetwork.org/Info/Audiovisual/.../Contenidos_digitales.p, publicado en mayo de 2009, Madrid.
- EVA Herrero Curiel, EL PERIODISMO EN EL SIGLO DE LAS REDES SOCIALES, Revista de Comunicación Vivat Academia Universidad Carlos III. Madrid. España, febrero de 2012.
- PARRA Castrillón Eucario, Revista Anagramas, Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios, Universidad de Medellín, Volumen 9, Nº 17, pp. 107-116 - ISSN 1692-2522 - Julio-diciembre de 2010.
- SUÁREZ Ospina Ana Mercedes, Revista INPAHU Investigaciones, La Digitalización de la Noticia, Edición número 7, Colombia, noviembre, 2011, ISSN 0121-3652.
- INFORME ANUAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA 2008, Edición 2009
- UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Portal WEB. (Online) **En:** Universidad Pontificia Bolivariana, 2005. Citado en 2008. Disponible en: http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,32665551&_dad=portal&_schema=PORTAL

ANEXO A-INFORMES DE REDES SOCIALES

Informe de Manejo de Redes Sociales Facultad de Comunicación Social Periodismo UPB

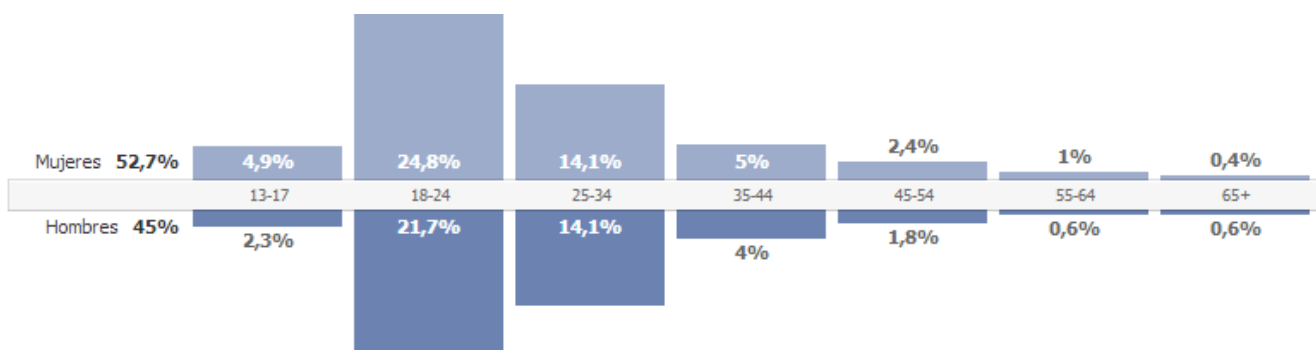
[Julio de 2013]

Estado General en Facebook



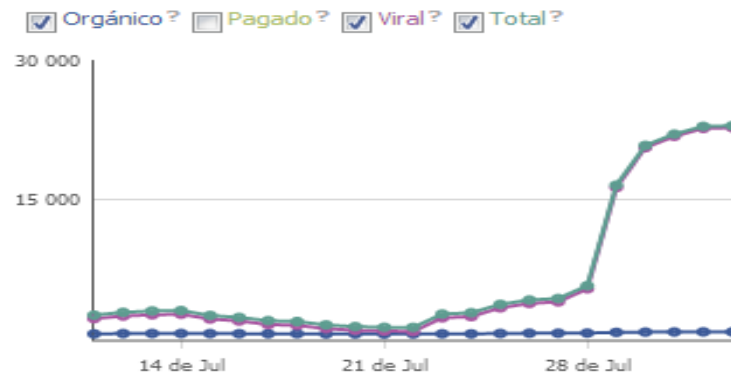
490 personas están hablando de las constantes publicaciones que se han realizado en la página durante el mes de Julio y 23.278 personas han recibido esta información. Los días en que la red tuvo un mayor alcance total fue del 22 al 31 de julio de 2013.

Alcance Facebook



El alcance general de las publicaciones fue de un 97,7% donde las mujeres se destacan por su participación con un 52,7%. Las personas que se encuentran en un rango de edad entre los 18-24 años son quienes más interactúan con la información que se publica en la página.

Alcance y Frecuencia del Contenido de publicaciones



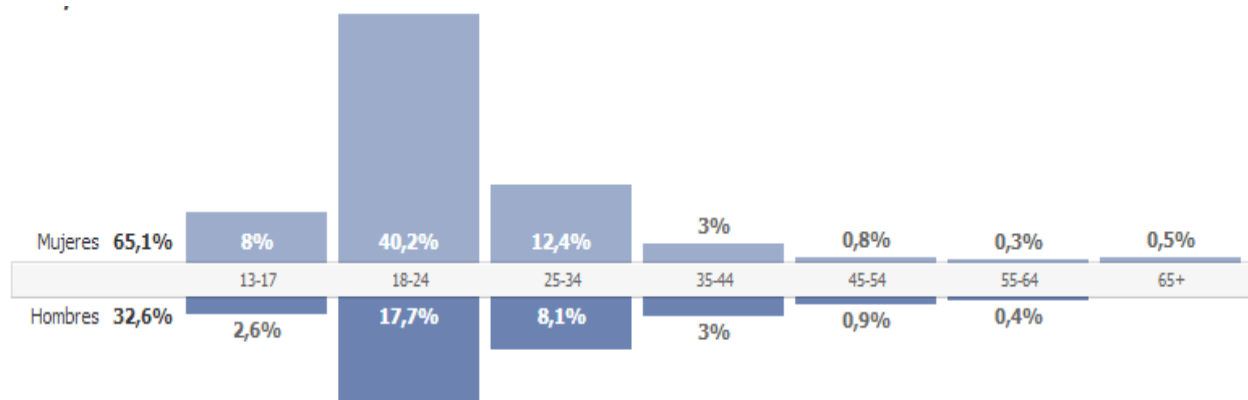
El contenido de las publicaciones de la página lograron llegar a 23.057 personas, este alcance llegó a las personas suscritas a la página y se expandió de forma viral a 23.057 personas. Los días del 22 al 31 de julio registraron un aumento en el alcance en los contenidos de las publicaciones.

Visitas a la Página



Del 22 al 31 de julio la página recibió 297 visitas e interacciones en sus publicaciones, pero las publicaciones que más destacaron los seguidores de la página fueron la publicación de publicidad e invitación a la celebración de los 15 años de la Facultad, álbum flash back de los 15 años de la facultad y fotos del evento de celebración de los 15 años de la Facultad con invitados especiales y Cátedra Semana.

Me gusta en Facebook



Al 97.7 % de las personas les gusta el contenido de las publicaciones de la página, los usuarios que se ubican en un rango de edad de los 18 a los 24 años registran un nivel de 57.9 % de agrado por la información que se publica en la página.

Procedencia de los "me gusta"

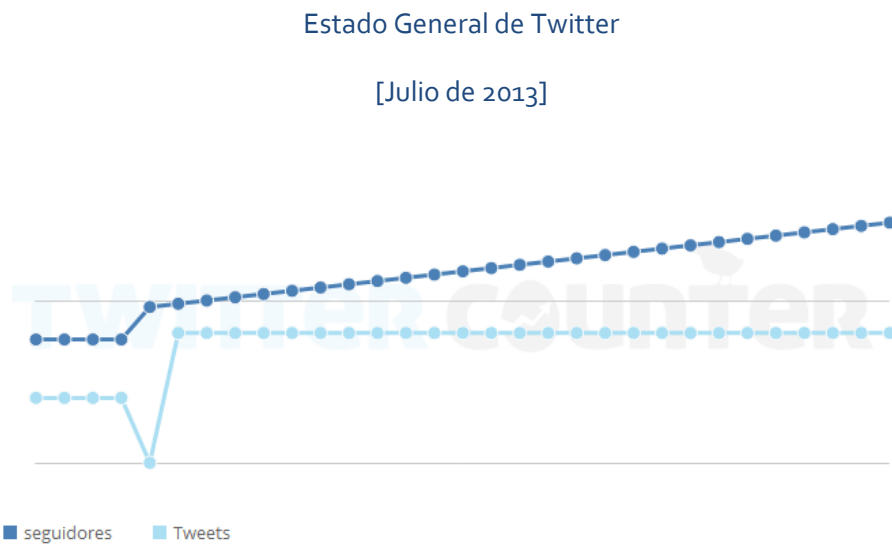


La página recibe a diario un promedio de 2 a 10 me gusta por publicación, estos proceden en su mayoría de los lectores de la página y otros desde los dispositivos móviles de nuestros seguidores.

Observaciones:

El mes pasado la página tenía 725 seguidores, en el mes de julio aumento el número de seguidores con 65 personas, es decir, aumento 1.28%, actualmente la página de la Facultad cuenta con 790 fans a quienes les gustan los contenidos de nuestras publicaciones. La página

logro este mes un alcance del 62.53 %, llegando a 178 personas, que son amigos de nuestros seguidores.



El Twitter de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo publica 2 tweets diarios y cuenta con 533 seguidores, del 22 al 30 de julio de 2013 se registró un notable aumento en el número de seguidores de la cuenta.



Actualmente 533 personas nos siguen en @FACOMUPBBGA, la cuenta ha emitido 3.089 tweets y seguimos 413 cuentas, en su gran mayoría medios de comunicación o fuentes oficiales de información. Hasta la fecha, la cuenta tiene un alcance de 12.551.200 personas que nos conocen o nos han leído a través de nuestros seguidores.

Proyección de la cuenta



La cuenta de Twitter actualmente cuenta con 533 seguidores pero, puede llegar a tener 568 seguidores al finalizar el mes de agosto, es decir el alcance de las publicaciones puede llegar a 35 personas más. Estos resultados se pueden alcanzar con publicaciones más frecuentes e interesantes para nuestros actuales seguidores quienes pueden hacer Retweets y sus amigos también nos pueden seguir, de este modo aumentaríamos el alcance de nuestros contenidos.

ANEXO B- NOTAS Y ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS

15 años formando nuevos talentos, Paula Alexandra Pimiento Niño



Trabajó en Ecopetrol ICP, donde era la encargada de las comunicaciones en proyectos de formación virtual e implementación de plataformas virtuales; actualmente trabaja en el Periódico Vanguardia Liberal, allí se desempeña como periodista de la sección judicial, así mismo realiza material audiovisual y contenidos periodísticos que son cargados de la versión web del periódico.

La Facultad de Comunicación Social-Periodismo entrevistó a Paula Alexandra Pimiento sobre su experiencia profesional.

F.C.S. Como egresada de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo ¿cuál cree que es el impacto de formar periodistas preparados para manejar las nuevas tecnologías?

P.A.P. El impacto es inmenso, cualquier persona que hoy día maneje una plataforma virtual o cualquier herramienta tecnológica tendrá un plus por encima de los demás profesionales porque esta habilidad le permitirá explorar nuevos campos no sólo en la comunicación sino en otras áreas profesionales

F.C.S. ¿Considera importante la implementación de las TIC en el proceso de formación académico?

P.A.P. Claro que sí, actualmente las nuevas tecnologías son las que mueven el mundo. La inmediatez de la información se ha generado a raíz del impacto de herramientas que aceleran los procesos, hay que destacar que a su vez son armas de doble filo, pero es claro que un profesional debe formarse con herramientas tecnológicas para manejar software, plataformas y espacios que impliquen nuevas tecnologías.

F.C.S. Como profesional ¿cuáles cree que son las ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías?

P.A.P. Ventajas: la inmediatez, facilidad para conseguir información, facilidad de interacción, acercamiento con las personas, economía al evitar traslados, acceso a material de manera ilimitada. Desventajas: A veces en ese afán de inmediatez caemos en el error de 'botar la chiva' y terminamos cometiendo errores como anunciar que se murió alguien que realmente solo está herido, la tecnología acelera procesos pero hay que saber manejar esa velocidad porque se puede perder la credibilidad por querer ser el primero. Ser el primero no te garantiza ser el mejor siempre.

F.C.S. ¿Qué experiencias vivió al desarrollar el proyecto en formación virtual e implementación de plataformas virtuales en el ICP?

P.A.P. Bueno esa ha sido la experiencia más bonita y gratificante. Todo empezó durante mi pasantía. Ahí cree mi proyecto de grado en donde planteé el diseño de un curso virtual de inducción sobre la gestión del conocimiento. A partir de ese momento empezamos a trabajar de la mano de toda una unidad de profesionales expertos en el tema para implementar plataformas virtuales que le permitieran a los funcionarios de Ecopetrol compartir sus conocimientos y a su vez adquirir nuevos conocimientos. A raíz de todo esto pusimos en marcha un proyecto de la mano con la Universidad Corporativa de Ecopetrol en donde se plasmaron de manera virtual aquellos cursos que hasta el momento eran presenciales, a su vez empezamos a manejar micrositos tanto personales como de las unidades del Instituto en donde se compartía información de manera rápida y segura.

F.C.S. ¿Qué desafíos aparecen en el camino del recién graduado que quiera trabajar en un medio como Vanguardia Liberal, específicamente en el área digital o desarrollarse en un proyecto de comunicación?

P.A.P. Los desafíos son muchos y surgen día a día, incluso siendo un profesional con experiencia porque el área de la comunicación es tan amplio que no se para de aprender. En la actualidad el reto más grande para cualquier egresado, profesional, practicante o estudiantes es lograr adaptarse al ritmo de trabajo de un medio de comunicación porque todos trabajan diferente.

En el caso de Vanguardia.com el ritmo es rápido, la información es para ya y si te demoras puede que termines siendo el último de dar a conocer un hecho, pero como dije antes, ser el primero no te garantiza tener los datos correctos. El reto en un medio virtual es saber manejar lo referente a fotografía, video, periodismo, investigación, análisis y todo aquello que te pueda dar un valor agregado como profesional.

F.C.S. ¿Qué opina de la utilización de aplicaciones en los dispositivos móviles? y ¿cuáles son los beneficios en el desempeño de su labor como periodista?

P.A.P. Son una herramienta que facilita el trabajo del periodismo porque permite compartir contenidos de manera fácil, en el caso de mi trabajo, me permite enviar a quien se queda en el periódico un avance de información, fotos, audios, todos estos procesos se facilitan con estas facilidades de la tecnología

ANEXO C- CONTENIDOS DIGITALES DE LAS EXPERIENCIAS PROFESIONALES DE LOS EGRESADOS

Juan Pablo Silva “Pasión por los Medios Audiovisuales”



Actualmente se desempeña como realizador del programa del canal RCN en Bogotá « Al Derecho», también se desempeñó como realizador del "Concurso Nacional de Belleza 2012". Gracias a sus habilidades en el área audiovisual en el año 2010 en el marco de los "Premios Césares" de la Universidad de Manizales, Ganó el premio a "Mejor Informativo" con el Noticiero "Contra Cara«, trabajo que realizó con todo el grupo de la materia "Televisión I" dirigido por el docente Héctor Gómez, luego en el 2011 en ese mismo escenario junto a sus compañeros de estudio ganó el premio a "Mejor Nota Informativa" con el reportaje, "Metrolínea no es Suficiente".

1. ¿Cómo es la experiencia de trabajar como realizador en el programa “Al Derecho “ del canal RCN ?

J.P Ha sido una experiencia importante, pues el programa maneja una temática muy interesante para cada uno de los colombianos, como trámites y leyes que desconocen.

2. Mónica Suárez pregunta: Compañero, buenas tardes desde chile, Hace poco en una reunión entre colegas comentábamos que cuando uno sale a la vida profesional hay

cosas o situaciones con las que uno se encuentra y que jamás imagino. ¿Qué ha sido lo más sorprendente o chocante de cierta manera, teniendo en cuenta que trabajas en uno de los canales más grandes de Colombia?

J.P sí, uno se encuentra con situaciones que jamás imaginó una de las cosas que más me impresionó al llegar a RCN es la tensión que genera emitir un programa en directo el cual sabes que está viendo muchísima gente, respecto a la parte chocante, dentro del canal se maneja un buen ambiente laboral y pues hasta el momento no he tenido así un momento de choque fuerte.

3. Juan Pablo desde la experiencia ¿Cuál es la diferencia en la realización de un programa como “Al Derecho” con la Realización del Concurso Nacional de Belleza [2010]?

J.P Son escenarios diferentes, con metodologías de trabajo distintas en el concurso fue un trabajo muy riguroso y de gran aprendizaje para mí, en este se maneja un look de vídeo fresco y referente a este tipo de programas, que es algo más de entretenimiento. Al Derecho se trabaja más para informar e instruir a los colombianos, entonces maneja otro tipo de realización.

4. ¿Por qué escoge dedicarse al periodismo audiovisual?

J.P Dedicarme a los medios audiovisuales fue un camino que decidí tomar desde que estaba en la Universidad.

5. Leonardo Suárez pregunta: Desde su punto de vista ¿Qué retos tiene el recién graduado en Comunicación Social que desee trabajar para un canal Nacional?

J.P Creo que el principal reto es entrar a competir con gente que tiene grandiosas habilidades y más experiencia que uno, reto que debes enfrentar con disciplina, trabajo y

6. Juan Pablo respecto a la pregunta ¿Qué aporte la Facultad de Comunicación Social-Periodismo en el desarrollo de su carrera profesional? Cree que la Facultad fue la que le facilitó entrar a competir en los medios Nacionales y mantenerse en ellos como hasta ahora lo ha hecho.

J.P El apoyo de la Facultad es muy importante y lo más primordial, pues es allí donde se crea un profesional, si tenemos los medios y herramientas debemos usarlos y aprovecharlos al máximo.

7. Mónica Suárez pregunta: Luego de haber conocido de cerca la experiencia en un medio de comunicación grande ¿Cómo crees que está el gremio de periodistas a nivel nacional?

J.P Desde mi punto de vista y aclaro que no trabajo como periodista, es un gremio que sabemos siempre ha tenido falencias, pero creo que cada día mejora a beneficio del país.

8. Mónica Suárez pregunta: Cuando los periodistas comenzamos a ejercer nos enfrentamos a temas como la censura, la autocensura y en muchas ocasiones las amenazas, en el caso de un realizador audiovisual o de un camarógrafo, ¿Cuáles son las principales dificultades?

J.P Nosotros también nos enfrentamos a este tipo de dificultades, ya que aparte de que somos los encargados que el vídeo se vea bonito y limpio en pantalla, en nuestras manos está la forma en que sea mostrada a la audiencia cualquier tipo de información.

9. Mónica Suárez pregunta: Luego de ver el caso de la periodista y el camarógrafo de RCN agredidos durante el cubrimiento en Venezuela de la muerte de Hugo Chávez, ¿No consideras necesario que la Facultad incluya en sus cátedras de periodismo contenidos sobre la seguridad laboral?

J.P Claro que sí, creo que no sólo la seguridad social, sino también fortalecer en cátedras que enseñen al estudiante como es la vida en el periodismo, las dificultades a las que se enfrentan y demás.

10. ¿Cómo egresado que siente al saber que este año la Facultad celebra 15 años en la labor de la formación de Comunicadores Sociales y Periodistas?

J.P Como egresado, profesional y persona, siempre me voy a sentir orgulloso de mi universidad y Facultad. Me emociona saber que está Facultad crece cada día.

Otras entrevistas:

<http://www.youtube.com/watch?v=k0HdBGMzQ6g&feature=youtu.be>

<http://www.youtube.com/watch?v=TjhzZqKepHl&feature=youtu.be>

<http://www.youtube.com/watch?v=jxsgA5xuZPo>

<http://www.youtube.com/watch?v=S64p8bX1qPY>

ANEXO D- ESCALETAS PARA NOTAS PERIODÍSTICAS SISTEMA DE TELEVISIÓN UPB

INFORMATIVO UPB

Periodista	Patricia Garnica Rodríguez		
Título	Proyecto de Apropiación del conocimiento en Salud en Santander		
Barras informativas	1. El grupo Cactus aplica una metodología internacional llamada _____ 2. El proyecto de Apropiación del conocimiento en Salud selecciono un grupo de jóvenes del colegio INEM, para que ellos sean los multiplicadores de la información. 3. Apropiación social es una estrategia social para hacer más accesible el conocimiento. 4. Es importante unir la universidad, la empresa y el estado en pro de proyectos como este donde los jóvenes son los protagonistas de un mejor futuro. 5. A través de la estrategia educomunicativa se construye conocimiento y apropiación de la información.		
Video		Audio y Texto	
Imágenes de apoyo http://www.youtube.com/watch?v=rdkt8cvfjcl Vídeo realizado por los líderes del proyecto de investigación de “Apropiación del conocimiento en Salud en Santander”.		Voz off: El proyecto de investigación “Apropiación del Conocimiento en Salud” liderado por la docente Jaqueline Estévez, adscrita actualmente a la Facultad de Comunicación Social-Periodismo UPB, fue socializado para participar en la iniciativa de experiencias significativas del Ministerio de Educación Nacional y el Programa Empresarios por la Educación.	
Imágenes de apoyo http://www.youtube.com/watch?v=rdkt8cvfjcl		Voz off: La experiencia del proyecto fue preseleccionada para obtener el “Galardón a la Excelencia Bucaramanga”, además fue seleccionada para presentarse en la modalidad de ponencia	

	y poster en la Universidad del Rosario-Argentina, en el marco del III Congreso Internacional de Comunicación Científica.
<u>Testimonio</u> Dr. Jaqueline Estévez Lizarazo Docente de la Facultad de comunicación Social-Periodismo y líder del grupo de investigación COMPPA.	IN : Entrada:: Esto es algo con lo que no..... Salida: y pues se va a seleccionar las 3 mejores experiencias.
<u>Testimonio</u> Primitivo Sierra Cano Rector Universidad Pontificia Bolivariana-Seccional Bucaramanga	IN Entrada: Es importante unir..... Salida: Protagonistas de un mejor mañana.
<u>Testimonio</u> Lina María Alvarado Docente de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo y líder asesora de la estrategia educocomunicativa	IN Entrada: La estrategia educocomunicativa porque.... Salida: puedan ser replicados en su cotidianidad, familias y comunidades.

ANEXO E- CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO DEL TRABAJO EN LAS AULAS



Adecuación del estudio de televisión

Bienvenida a la vida profesional



Cátedra de Reflexión Silvia Stamato

conferencia con Mónica Suárez



Charla con Juan Carlos Chío

Adecuación Cabina de Producción de audio



Nuevas Instalaciones Emisora Virtual Entrevista de Estudiantes a Directora



Exposición Héroes Invisibles

Semillero Revista PFM

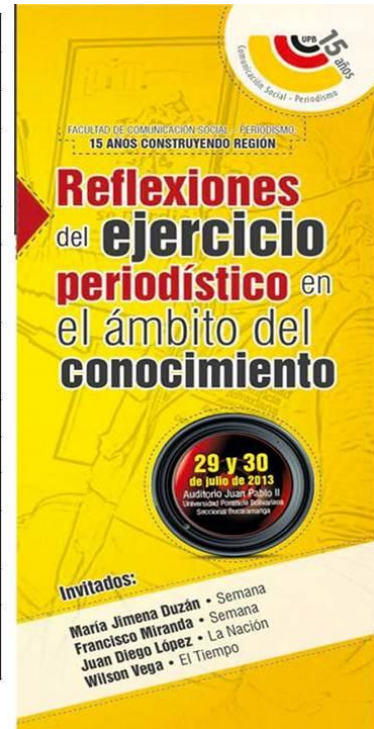


Socialización Semillero uwa'werjaya

Obra de teatro la Sentencia

ANEXO F- APOYO A LA CELEBRACIÓN DE LOS 15 AÑOS DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

Lunes 29 de julio	
8:00 a.m.	Registro de Ingreso
8:30 a.m.	Instalación del evento
9:00 a.m.-10:45 a.m.	Conferencia Periodismo de opinión y análisis en Colombia María Jimena Duzán- Columnista Revista Semana (Colombia)
10:45 a.m.-11:00 a.m.	Receso
11:00 a.m.-12:00 m.	Conferencia Periodismo Internacional Wilson Vega- Subdirector Internacional El Tiempo (Colombia)
2:30 p.m.- 3:30 p.m.	Videoconferencia La experiencia de una unidad de visualización de datos. Juan Diego López- Jefe de Realización Multimedia y Diseño Interactivo La Nación (Argentina)
3:30 p.m.- 4:00 p.m.	Video Labora
4:00 p.m.	Copa de Vino
Martes 30 de julio	
8:30 a.m.- 10:15 a.m.	Conferencia Medios y Ciudades Francisco Miranda- Editor Consejero Revista Semana (Colombia)
10:15 a.m.- 10:30 a.m.	Receso
10:30 a.m.- 12:00 m.	Video Conferencias: Egresados Cuentan su experiencia. Silvia Higuera Flórez-El Nuevo Herald (USA) Luisa Fernanda Tobo- Canal ET (Colombia) Natalia Borrero- Revista Semana (Colombia)



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
15 AÑOS CONSTRUYENDO REGIÓN

Reflexiones del ejercicio periodístico en el ámbito del conocimiento

Invitados:
María Jimena Duzán • Semana
Francisco Miranda • Semana
Juan Diego López • La Nación
Wilson Vega • El Tiempo

29 y 30 de julio de 2013
Auditorio Juan Pablo II
Universidad Pontificia Bolivariana
Sede Bucaramanga

Información:
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social - Periodismo
P.O. Box 1170000, Bucaramanga, Colombia
Tel: (57) 4782000 ext. 442 Fax: (57) 4782021
E-mail: comunicacion@upb.edu.co

Logos: Universidad Pontificia Bolivariana, la ora, Cátedra Semana, ESTACION V, pfm, 15 años

29 DE JULIO DE 2013

8:00 a.m. Registro e ingreso

8:30 a.m. Instalación del evento
María Jimena Duzán- Columnista Revista Semana (Colombia)
Wilson Vega- Subdirector Internacional El Tiempo (Colombia)
Juan Diego López- Jefe de Realización Multimedia y Diseño Interactivo La Nación (Argentina)

9:00 a.m.-10:45 a.m. Conferencia
Periodismo de opinión y análisis en Colombia
María Jimena Duzán- Columnista Revista Semana (Colombia)

10:45 a.m.-11:00 a.m. Receso

11:00 a.m.-12:00 m. Conferencia
Periodismo Internacional
Wilson Vega- Subdirector Internacional El Tiempo (Colombia)

2:30 p.m.- 3:30 p.m. Videoconferencia
La experiencia de una unidad de visualización de datos.
Juan Diego López- Jefe de Realización Multimedia y Diseño Interactivo La Nación (Argentina)

3:30 p.m.- 4:00 p.m. Video Labora

4:00 p.m. Copa de vino

30 DE JULIO DE 2013

8:30 a.m.- 10:15 a.m. Conferencia Medios y Ciudades
Francisco Miranda- Editor Consejero Revista Semana (Colombia)

10:15 a.m.- 10:30 a.m. Receso

10:30 a.m.- 12:00 m. Video Conferencias: Egresados Cuentan su experiencia.
Silvia Higuera Flórez-El Nuevo Herald (USA)
Luisa Fernanda Tobo- Canal ET (Colombia)
Natalia Borrero- Revista Semana (Colombia)

Información:
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social - Periodismo
P.O. Box 1170000, Bucaramanga, Colombia
Tel: (57) 4782000 ext. 442 Fax: (57) 4782021
E-mail: comunicacion@upb.edu.co

Logos: Universidad Pontificia Bolivariana, la ora, Cátedra Semana, ESTACION V, pfm, 15 años

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
15 AÑOS CONSTRUYENDO REGIÓN

Reflexiones del ejercicio periodístico en el ámbito del conocimiento

Invitados:
María Jimena Duzán • Semana
Francisco Miranda • Semana
Juan Diego López • La Nación
Wilson Vega • El Tiempo

29 y 30 de julio de 2013
Auditorio Juan Pablo II
Universidad Pontificia Bolivariana
Sede Bucaramanga

Información:
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social - Periodismo
P.O. Box 1170000, Bucaramanga, Colombia
Tel: (57) 4782000 ext. 442 Fax: (57) 4782021
E-mail: comunicacion@upb.edu.co

Logos: Universidad Pontificia Bolivariana, la ora, Cátedra Semana, ESTACION V, pfm, 15 años

Más anexos en la carpeta de anexos.