

**DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL PARA LA INFORMACIÓN
INSTITUCIONAL EN LA PROGRAMACIÓN DEL CIRCUITO CERRADO DE LA
UPB.**

ELIANA CAROLINA MONTAÑO QUINTERO

MODALIDAD PASANTIA

**ASESOR DEL PROYECTO
C.S. FIDEL SÁNCHEZ**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS
BUCARAMANGA**

2008

**DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL PARA LA INFORMACIÓN
INSTITUCIONAL EN LA PROGRAMACIÓN DEL CIRCUITO CERRADO DE LA
UPB.**

ELIANA CAROLINA MONTAÑO QUINTERO

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de
Comunicadora Social- Periodista**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
BUCARAMANGA
2008**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Septiembre de 2008

CONTENIDO

	Pág.
PROYECTO	
INTRODUCCIÓN	9
JUSTIFICACIÓN	12
MARCO CONTEXTUAL	13
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS	14
Misión	14
Visión	14
Objetivos	15
1.PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO	16
1.1. PLANTEAMIENTO DE LA IDEA	16
1.2.TÍTULO DEL PROYECTO	16
1.3.PROPUESTA Y METODOLOGÍA	16
2. MARCO CONCEPTUAL	20
2.1.¿QUÉ ES UN CCTV DE TELEVISIÓN?	20
2.2.ACRÓNIMOS TOMADOS DEL DOCUMENTO EN LÍNEA DEL DICCIONARIO EUROPEO TESAURO:	21
2.3.HISTORIA DEL CCTV	22
2.4.LA TELEVISIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO	22
2.5. COMO SE DISEÑA UNA IMAGEN PARA TELEVISIÓN:	24
2.6.PARTICULARIDAD DEL DISEÑO EN TELEVISIÓN	25
2.7.EL GRAFISMO	25
2.8.LA IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO PARA T.V.	26
2.9. LA TELEVISIÓN PARA LA EDUCACIÓN:	26
2.10.LA VISUALIDAD EN LO GRÁFICO	27
2.11.LO GRAFICO EN LA INFORMACIÓN TELEVISADA	29
2.12.HERRAMIENTA INFORMÁTICA: POWER POINT	29

2.12.1.Historia del power point	30
3. OBJETIVOS	32
3.1. GENERAL	32
3.2. ESPECÍFICOS	32
4. DESTINATARIOS	33
5. ALCANCES Y LIMITACIONES	34
6. PRESUPUESTO	35
6.1. RECURSOS HUMANOS	35
6.2. RECURSOS FINANCIEROS	35
6.3. RECURSOS TÉCNICOS	36
7. JERARQUÍA DEL PROYECTO	37
8. CRONOGRAMA	38
9. RESULTADOS ESPERADOS	39
10. INFORME CENTRAL	40
10.1. DESARROLLO DEL PROYECTO	44
10.2. FORMA Y DISEÑO DE LAS PLANTILLAS:	46
10.2.1. Parámetros para la realización de las plantillas	46
10.2.2. Producto final: Plantillas para los insertos de información institucional de la parrilla de programación del circuito cerrado de la UPB.	49
10.2.3. Función narrativa de las plantillas	50
11. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS DURANTE LA PASANTÍA:	54
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
12.1. CONCLUSIONES	57
12.2. RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFÍA	59
MEDIOS VIRTUALES	59
BIBLIOGRAFÍA LITERARIA	60
ANEXOS	61

LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1. Parrilla de Programación del CCTV UPB	42
Figura 2. Tabulación sondeo estudiantes	43
Figura 3. Plantillas de entrada	50
Figura 4. Segundo grupo de plantillas	50
Figura 5. Tercer grupo de plantillas	51
Figura 6. Cuarto grupo de plantillas	51
Figura 7. Quinto grupo de plantillas	52
Figura 8. Grupo seis de plantillas	52
Figura 9 . Plantillas finales para la identidad visual de los insertos con información institucional de la parrilla del CCTV UPB	53

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Revista Brújula	62
Anexo B. Contactos	63
Anexo. C. MICRONOTAS	64

GENERAL ABSTRACT OF GRADUATION ESSAY

TITLE: DESIGNING OF VISUAL IDENTITY FOR THE INSTITUTIONAL INFORMATION IN THE PROGRAMMING OF THE CLOSED CIRCUIT OF UPB.

AUTHOR: ELIANA CAROLINA MONTAÑO QUINTERO

FACULTY: Faculty of Social Communication – Journalism

DIRECTOR: FIDEL SANCHEZ

KEY WORDS: Closet Circuit Television, Graphic design, Graphics and Visual identity

SUMMARY

The importance of designing a visual image is to obtain that some specific messages will be understood for certain groups, also with a design you could give an identity about the information showed. Through the project of creating an image for the institutional information in the programming of the closed circuit TV UPB, it establishes an identity to the provided information through the circuit. The image of the information that is placed in the CCTV UPB, was made with the software for graphic design, power point, a multimedia field that allow to inform concepts and graphics both at the same time and through sounds, images and text. This discipline of designing allowed being the environment that gave origin to the product; it makes a visual order to the institutional information transmitted of the UPB. This way through the production of the visual identity for the information that is showed through a TV environment, it achieves give solutions to specific communication problems as identification and differentiation of space, in this case focus in the institutional information. The approach of designing pretends to keep a specific style, respecting the institutional colors and images. Finally the Department of Communications and Public Relations of UPB, is in charge of the transmission of the institutional information and responsible of the emission and creation of the information published in the TV closed circuit.

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL PARA LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL EN LA PROGRAMACIÓN DEL CIRCUITO CERRADO DE LA UPB.

AUTOR(ES): ELIANA CAROLINA MONTAÑO QUINTERO

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social- periodismo

DIRECTOR(A): FIDEL SANCHEZ RINCÓN

PALABRAS CLAVES: Circuito cerrado de televisión; Diseño Gráfico; Grafismo, Identidad visual

La importancia de diseñar una imagen visual, es lograr que la comunicación que cumplen algunos mensajes específicos sea entendida por unos grupos determinados, además con un diseño se logra dar identidad sobre la información que se está proyectando. A través del proyecto de crear una imagen para la información institucional en la programación del circuito cerrado de TV UPB, se logró establecer una identidad a la información proporcionada a través del circuito. La imagen de la información que se inserta en el CCTV UPB se desarrolló con el software para diseño gráfico, power point, un campo multimedia que permite comunicar a la vez conceptual y gráficamente a través de sonido, imagen y texto. Esta disciplina de diseño permitió ser el medio, por el cual se dio origen al producto, que daría un orden visual a la información institucional televisada de la Universidad Pontificia Bolivariana. De este modo a través de la producción de la identidad visual para la información que es emitida a través de un medio televisado, se logra dar solución a un problema de comunicación como la identificación y la diferenciación del espacio, en este caso reservado para la información institucional. El planteamiento del diseño pretende mantener un estilo específico, respetando los colores e imágenes institucionales. Por último la transmisión de la información institucional se encuentra a cargo del Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la UPB, responsable de la emisión y creación de la información que se publica en el Circuito cerrado de televisión.

INTRODUCCIÓN

La elaboración de la identidad visual para la información en un medio televisivo desempeña un papel importante en la industria, pues la imagen requiere de una gama de elementos gráficos que ayudan al tele espectador a identificar rápidamente la información que se le está suministrando.

La razón de la importancia de crear una imagen visual, es que se logre la comunicación de unos mensajes específicos a grupos determinados. Pues con un diseño se logra dar identidad institucional sobre la información que se esta proyectando.

La televisión como medio para informar permite concentrar unos públicos según sus intereses, es por esto que a través de este proyecto de pasantía se propuso crear un diseño que dé identidad a la información institucional de la parrilla de programación del circuito cerrado. De modo que la comunidad universitaria identifique la información proporcionada a través del circuito.

Ante el constante uso de las NTIC (Nuevas tecnologías de Información), en el sistema educativo y la necesidad de optimizar los recursos para manejar los contenidos de una organización, las instituciones educativas hoy día buscan mejorar los medios de difusión para que la información sea más eficaz.

Es por esto que la imagen para la información que se inserta en un CCTV debe ser garantizada a través de un buen diseño. Por lo cual el diseño gráfico como campo multimedia permite comunicar conceptual y gráficamente a través de sonido, imagen y texto a la vez.

Es a través de esta disciplina que se elaboró un diseño para la información de eventos institucionales, y que permitió dar un orden visual a la transmisión institucional televisada.

“Por lo tanto: que la identidad de una televisora funcione o no dependerá de una correcta utilización de la imagen que no es más que el resultado del diseño gráfico que se ha desarrollado”.¹

Es por ello que un medio televisivo se hace necesario para brindar información de tipo institucional y por lo cual necesita contar con un atractivo propio que le permita ser identificada con la organización. De este modo para la Universidad Pontificia Bolivariana se hizo ineludible el avance informativo, y desde hace 10 años creó el circuito cerrado de televisión, con el fin de difundir la información de tipo institucional.

Con el tiempo este medio de divulgación se ha transformado. Antes la información era transmitida en forma de *prompter*, hoy día el medio audiovisual interno cuenta con varios televisores distribuidos en toda la planta física de la universidad (dos en el edificio central D, tres en las cafeterías del bloque C, 2 en cafetería del edificio J).

La pasante del Dpto. de comunicaciones y RRPP se encarga de dirigir y proyectar el servicio de televisión por cable DirecTV, (servicio contratado por el Departamento de Comunicaciones, para la transmisión de canales educativos), diferentes programas de interés para la comunidad universitaria, que se transmiten según la parrilla de programación, (proyecto de la anterior pasante Adielia Mendoza).

¹Documento en línea consultado el 13 de septiembre de 2007 en:
http://www.ulat.ac.pa/es/vida_estudiantil/latina_workshop/dis_grafico_television.php 2:30 p.m.

Actualmente se transmite cada 15 días el noticiero institucional, documentales e información de la universidad; Por lo cual se hizo necesario crear una imagen visual que permita relacionar la información de eventos institucionales y diferenciar el contenido de cada área administrativa del establecimiento; así logrando posicionar la información universitaria brindada a través de este medio, a estudiantes y personal vinculado al establecimiento.

JUSTIFICACIÓN

La mayoría de los contenidos de los CCTV académicos presentan información institucional, según la visión, misión y objetivos de cada universidad. Por lo cual para este caso se hizo necesario crear un diseño que identifique la información con la institución, de modo que se cautivara el interés del público estudiantil por la información transmitida a través del medio de información televisado de la UPB.

Es así como a través de la producción de la identidad visual para la información que se brinda a través de un medio como es la televisión, se logra solucionar un problema de comunicación como la identificación y la diferenciación de los contenidos, que para el caso de la televisión serían los canales privados.

Actualmente a través del circuito cerrado se transmite información institucional, de cada dependencia de la universidad como: el Departamento de Bienestar universitario, que maneja las áreas de deportes, cultura, salud y psicología, entre otros departamentos y facultades del área administrativa. El CCTV también transmite programas informativos gracias a la gestión del departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas, encargado del medio interno de televisión, que cuenta con el servicio de televisión por cable, DirecTV.

Con el tiempo fue posible que el circuito cerrado de televisión progresara a la par de la tecnología, por tal motivo se revolucionó la imagen para la información de eventos y acontecimientos académicos y administrativos que atraen el interés por informarse del público estudiantil y funcionario, de modo que al ver las noticias identifican la imagen institucional con la información.

MARCO CONTEXTUAL

La Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga, nace por el interés de un grupo entusiastas de religiosos, empresarios, profesionales y educadores, en servir a la Iglesia con la formación profesional de líderes cristianos, propósito llevado a cabo con la orientación y el apoyo del entonces Arzobispo de la ciudad, Monseñor Héctor Rueda Hernández.

El grupo que imaginó esta idea y la sacó adelante estaba conformado por los Señores Luís Enrique Aramburo Bolaños, Luís 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. Néstor Navarro Barrera y Mons. Darío Múnera Vélez – Rector de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.

Su Funcionamiento está autorizado por el instituto colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES, según Acuerdo No. 083 del 12 de julio de 1990, pero es en 1991 cuando inicia labores académicas con el primer programa de pregrado que fue el de Ingeniería Electrónica. En ese momento y hasta 1998 la Rectoría estuvo bajo la dirección de Monseñor Jesús Quirós, Crispín (q.e.p.d.) quien fue sucedido por Monseñor Néstor Navarro Barrera, y que ahora esta a cargo de Monseñor Primitivo Sierra Cano.

La Universidad comenzó en las instalaciones del Seminario Arquidiocesano y desde 1998 tiene su propia sede ubicada en el Km. 7 de la Autopista a Piedecuesta².

² La información anterior es de tipo institucional y fue tomada textualmente de la página web de la Universidad Pontificia Bolivariana, además se tomó como pauta el proyecto de la anterior pasante Adiela Mendoza, 13 de septiembre de 2007.

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

El Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Pontificia Bolivariana se estableció en 1997 cuando se evidenció la necesidad de tener una dependencia que se dedicara exclusivamente a manejar los procesos de comunicación interna y externa de la universidad.

El Departamento que adquiere este nombre y los procedimientos, siguiendo el ejemplo de la sede principal, la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, se encarga de administrar algunos medios de comunicación existentes en la Universidad como lo son: Informativo Brújula, Contacto UPB, Micronotas y el circuito cerrado de televisión, donde se realizó un proyecto que beneficia y crea identidad entre la comunidad universitaria, la institución y la información que se brinda.

Misión

Trabajar por los propósitos de cohesión, integración y participación Institucional y dinamizar las relaciones de la Universidad con su entorno, mediante activos procesos de comunicación internos y externos, respaldados por una gestión profesional óptima que propenda por la excelencia y calidad en su accionar.

Visión

El Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas se convertirá en una pieza clave dentro de la organización administrativa al contribuir en el desarrollo del plan estratégico de la Universidad a través de la consolidación de su imagen institucional a nivel interno y externo.

Objetivos

El Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas cuenta con objetivos específicos que direccionan sus actividades durante el año.

Estos objetivos están orientados a las necesidades y aspiraciones organizacionales de la UPB.

- Manejar una comunicación clara, veraz, oportuna y efectiva que facilite las buenas relaciones entre los públicos internos y externos, y contribuya al desarrollo de la cultura y la imagen institucional.
- Velar por la unidad de criterios y políticas de comunicación y de información en la Universidad.
- Identificarse con la Institución, sus principios, misión y visión.
- Fomentar y promover la cultura de la comunicación y de la información dentro de la Universidad.
- Mejorar los medios de comunicación existentes.
- Posicionar el nombre de la Universidad en Bucaramanga como sinónimo de excelencia académica y formación integral.
- Brindar asesoría en comunicaciones y organización de eventos a todas las dependencias de la Universidad.
- Mejorar y agilizar los procesos de comunicación en la Institución, mediante el uso de nuevas tecnologías y los medios virtuales.

1. PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1. PLANTEAMIENTO DE LA IDEA

Con la realización de un diseño en power point para dar identidad a la información institucional en la programación del circuito cerrado de la UPB, se buscó lograr una imagen dinámica, moderna que permita distinguir e identificar los contenidos de la institución, que se brinda a través del CCTV interno.

El programa de diseño power point permite crear diversas presentaciones de trabajo, institucionales etc. A través de textos, imágenes, colores, formas, dibujos y efectos que permiten dinamizar el contenido. Entre tanto esta técnica sirvió para abordar la temática, pues es el medio que actualmente se emplea para la publicación de información.

1.2. TÍTULO DEL PROYECTO

Diseño de la identidad visual para la información institucional en la programación del circuito cerrado de la UPB

1.3. PROPUESTA Y METODOLOGÍA

La propuesta de pasantía para el Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Pontificia Bolivariana consistió en la creación de la identidad visual para la información de eventos académicos y administrativos, a través de un diseño en power point que permitió identificar el contenido de las actividades que se transmiten a través del circuito cerrado de TV de la UPB,

medio por el cual se informa a la Comunidad Universitaria de los acontecimientos y noticias internas de la Universidad.

Ante el marcado desinterés de la comunidad académica de la UPB por la información que se transmite en el CCTV, plasmado en las encuestas realizadas para el documento de grado de la anterior pasante Adiela Mendoza, llamado '*Implementación de una parrilla de programación para circuito cerrado de TV UPB*³', el cual fue ejecutado en la oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la institución; realicé un análisis de los sondeos de opinión del proyecto.

De este modo planteé la iniciativa de un *diseño de la identidad visual para la información institucional en la programación del circuito cerrado de la UPB*, que mejoraría los alcances que se lograron con la propuesta anterior. El diseño se realizó para la sección *información universitaria* de la *franja informativa* de la programación establecida.

También se consultó con el jefe del departamento de comunicaciones el C.S. Edwin Muñoz Neira, acerca del nuevo aporte para la sección que maneja los contenidos institucionales transmitidos por el circuito de TV.

Es así que con la revisión de las encuestas se demostró que los estudiantes exponían mayor interés en la programación que ofrece el servicio de televisión por cable DirecTV como: partidos deportivos de fútbol, rugby y tenis. La documentación y explicación se encuentra expuesta en el informe central de este documento, donde se demuestra la cantidad de interesados por los contenidos institucionales que se transmiten en el medio televisado de la universidad. Medido a partir de porcentajes.

³ MENDOZA, ADIELA. Implementación de una Parrilla de programación para circuito cerrado de TV UPB. Bucaramanga: 2007. P 50

Algunas conclusiones de la información del proyecto para la implementación de la parrilla de programación del CCTV, demuestra que la información institucional que se transmite a través del medio televisado es vista por los estudiantes, pues esta aparece en horas de descanso como al medio día, hora en que los alumnos y docentes salen a receso. De modo que los televisores ubicados en las cafeterías y pasillos sirven como medio transmisor de la información.

Es así que ante la falta de un buen diseño para la información y de una imagen de buena calidad, actual y dinámica que permita garantizar la identidad para estos insertos informativos, este proyecto se hizo posible.

De modo que más allá de entretener y educar al público adscrito a la institución, se busco garantizar el entendimiento de que clase de información se proyecta por el circuito cerrado de televisión. Para esto se busco cautivar al espectador a través de un diseño que les identifique al contexto.

Acciones a desarrollar:

- conocer la parrilla de programación y los contenidos que se maneja en cada emisión. Es por esto, que la investigación previa que realizó la anterior pasante Adiela Mendoza, con la cual logró establecer los intereses que tiene la comunidad Bolivariana en los temas de programación, sirvió como criterio de partida para diseñar la imagen creativa que identifica y permite distinguir a que área institucional pertenece los contenidos que se proyectan a través del CCTV.
- Búsqueda de la información sobre programas de diseño para contenidos de televisión, lo cual se dificultó ante la falta de recursos de software y de soporte para la continuidad y realización del diseño en otro programa.

- Creación de un diseño en POWER POINT (programa en el cual se viene trabajando la información). propósito para el cual se tomó en cuenta las normas que emplea el alma máter, en el diseño y manejo de la información institucional. Así se dio paso a la realización del proyecto, en el cual se empleo la imagen y colores de la UPB.

2. MARCO CONCEPTUAL

El objetivo de realizar un diseño en power point que de identidad visual a la información universitaria de la parrilla de programación del CCTV de la UPB, permitió proporcionar una herramienta a la universidad y mejorar la transmisión. Optimizando la percepción de la comunidad académica frente a la información que se brinda a través del medio.

Con el diseño se buscó un desarrollo en la información, a través de una imagen que refrescara, modernizara y cautivara al público universitario.

Para iniciar éste proyecto, se hizo necesario aclarar cuestionamientos como: ¿Qué es un circuito cerrado de televisión? ¿Qué tipo de información se transmite a través del CCTV de la UPB?, ¿Quién la hace?, ¿Por qué es importante lo estético para el tipo de información que se transmite?, ¿Por qué el diseño gráfico es necesario para que se modernice y dinamice información que es transmitida?, ¿ventajas del programa de diseño Power Point?

La documentación para este tipo de diseños de identidad, fue tomada de recursos de internet, en cómo se debe realizar un diseño para la información del CCTV, pues las referencias bibliográficas para esta área tiene mayor acceso a través de la web.

2.1. ¿QUÉ ES UN CCTV DE TELEVISIÓN?

El CCTV es un sistema que tiene diversas utilidades, ya sea como medio de comunicación, medio de seguridad etc.

“Es un sistema que envía imágenes de vídeo a un receptor específico. El emisor puede transmitir la señal de vídeo ya sea por medios alámbricos o inalámbricos, a través de una red instalada de forma tal que sólo ciertos receptores pueden recibir la señal de manera exclusiva. Dicho sistema es conocido también como “televisión industrial” el cual es usado en diferentes aplicaciones desde los sistemas de televisión por cable hasta las transmisiones destinadas a la industria, la educación, la medicina, el control de tráfico, la prevención de desastres y los negocios”⁴

2.2. ACRÓNIMOS TOMADOS DEL DOCUMENTO EN LÍNEA DEL DICCIONARIO EUROPEO TESAURO:⁵

- Inglés [closed circuit television](#)
- Francés [télévision en circuit fermé](#)
- Portugués [Televisao em circuito fechado](#)
- Alemán [Internes Fernsehen](#)
- Gallego [circuíto pechado de televisión](#)
- Italiano [televisione a circuito chiuso](#)
- Catalán [circuit tancat de televisió](#)
- Eusqueda [telebistako zirkuitu itxia](#)

Esta cita de términos permite visualizar la magnitud y el alcance del CCTV como medio de comunicación a través de la televisión. Pues, puede trascender desde

⁴Documento en línea consultado el 12 de diciembre de 2007 en:
http://world.kbs.co.kr/spanish/news/news_newissue_detail.htm?No=235 12:38 p.m.

⁵Documento en línea consultado el 11 de junio de 2008 en:
<http://www.freethesaurus.info/redined/es/index.php?tema=566> 14:10 p.m.

el punto informativo al terreno educativo. De modo que se hace pertinente tener conocimiento acerca del funcionamiento de este medio.

2.3. HISTORIA DEL CCTV

El circuito cerrado de televisión o su acrónimo CCTV que esta en inglés significa: ***Closet Circuit Televisión*** obedece a una tecnología de video que en un principio fue empleada para prestar servicios de vigilancia visual de diferentes ambientes o actividades.

“Al principio se hacían este tipo de instalaciones para disuadir o detectar robos y, hoy en día, no sólo se utiliza para seguridad, sino también para otros propósitos específicos como pueden ser los de la medicina, la educación o la lucha contra eventos antisociales”⁶

También cumple fines educativos que promueve la ampliación de información, a través de la transición de imágenes con contenidos informativos.

Este sistema lleva a cabo muchas funciones según el propósito específico con que se utilice como:

Sistema de seguridad para hogares, además de servir para recopilar información sobre violencia domestica, también en bancos, casinos, centros comerciales, vías de circulación, aeropuertos, áreas e instalaciones públicas entre otros.

2.4. LA TELEVISIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO

La imagen y su presentación cumplen un lugar importante en la televisión, pues a través de esta se redimensionó la funcionalidad de los contenidos, además que se permitió crear diferentes formatos para la audiencia.

⁶Documento en línea consultado el 12de diciembre de 2007 en:
<http://www.atikoestudio.com/disenador/industrial/electrodomesticos/television/index.htm> 12:47 a.m.

La propuesta de crear imagen para información a través de un medio televisado exige especial cuidado del diseño, pues a través de una gama de elementos gráficos se esbozan los símbolos que permiten a la audiencia identificar la información con el medio.

“Las televisiones- mundo venden identidad visual, de marca, de estilo; su competencia comunicativa es la de crear audiencias globales que comparten los mismos mensajes y gustos con otros semejantes alrededor del mundo”⁷

La televisión permite construir los relatos innovadores del mercado para el mercado gracias a la libertad experimental y creativa expresada en la imagen, que se hace posible con un buen diseño que le identifique.

“Al final la creación de la imagen visual de una televisora debe lograr la comunicación de mensajes específicos a grupos determinados”.⁸

Por otro lado la industria televisiva busca satisfacer su reconocimiento como empresa a través de la imagen corporativa, es por esto que los parámetros institucionales se hacen necesarios en el desarrollo creativo de la imagen de un medio masivo.

“La imagen de los canales por suscripción, entendida como *diseño gráfico para televisión o broadcast design*, es el valor fundamental de las franquicias que transmiten programación.”

Es por esto que se puede concluir que los medios, en este caso la televisión y sus diferentes programas, logran con la elaboración de la identidad visual del canal y

⁷Documento en línea consultado el 12 de diciembre de 2007 en:
http://www.uniminuto.edu/mediaciones/revista02/resenas_libros.htm 12:35 p.m.

⁸ Documento en línea consultado 12 de diciembre de 2007 en:
http://www.ulat.ac.pa/es/vida_estudiantil/latina_workshop/dis_grafico_television.php 13:25 p.m.

de sus contenidos solucionar un problema de comunicación como: la identificación y la diferenciación de los demás canales y contenidos.

2.5. COMO SE DISEÑA UNA IMAGEN PARA TELEVISIÓN:

No hay una sola forma de diseñar una imagen para dar identidad a contenidos para televisión, pues existen diferentes programas para desarrollar.

Hoy día un diseño se hace con el fin de mejorar la calidad de la vida desde lo visual, algo que cautiva y motiva al individuo a consumir más el medio. La estética permite despertar el interés y la curiosidad por la información de un producto.

“Diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, el órgano más complejo y el que rige todas nuestras actividades y nuestra conducta. El ojo y el cerebro hacen un todo. El diseño hecho para los ojos constituye, hoy, el medio fundamental de la comunicación social”⁹

Es por esto que se puede concluir que para los medios, en este caso para la televisión; lo gráfico se encuentra ligado a un interés público que busca en la industria, en el comercio, en la cultura, así mismo que en la ciencia de la comunicación.

“En tanto que el cometido del diseño gráfico es la comunicación, la disciplina cuenta para ello con un lenguaje propio. Es el lenguaje básico de la imagen y el

⁹ Documento en línea consultado el 09 de junio de 2008 en:
http://www.webtaller.com/maletin/articulos/el_privilegio_y_el_compromiso_del_diseno_grafico.php16:13 p.m.

texto, o lo que hemos llamado lenguaje bimedia (icónico y tipográfico), que organiza la colaboración expresiva de las imágenes y los textos”¹⁰.

2.6. PARTICULARIDAD DEL DISEÑO EN TELEVISIÓN

El diseño para el medio más fuerte de la comulación de masa es una disputa, por que cada día más artistas, diseñadores, creadores de áreas a fines desarrollan más productos modernos.

“El diseñador gráfico de televisión debe planificar y producir imágenes con sonido y movimiento. Combinar las palabras, la música y los efectos sonoros y luego sincronizarlos con precisión con la imagen, que es la esencia del grafismo”¹¹.

De esta forma se concluye que existen pocas personas comprometidas, que se identifiquen con el grafismo televisivo, además que comparado con la cantidad de diseñadores gráficos que trabajan en medios, se demuestra la mutabilidad que existe en la televisión en donde raras veces se encuentra un tradicional diseñador.

2.7. EL GRAFISMO

“El grafismo es esencial cuando los rasgos recogidos son suficientes para restituir la identidad del objeto. No olvidemos que en la noción de abstracción está la eliminación de todo aquello que no resulte pertinente”¹².

“El grafismo porta la mayor parte de las veces otra clase de significación, el sentido, constituida por el componente semántico”¹³

¹⁰ Documento en línea consultado el 09 de junio de 2008 en:
http://www.webtaller.com/maletin/articulos/el_privilegio_y_el_compromiso_del_diseno_grafico.php 16:13 p.m.

¹¹ HERVÁS I. CHRISTIAN, El diseño Gráfico en Televisión Técnica Lenguaje y arte, Ediciones CÁTEDRA 2201. p. 19.

¹² HERVÁS I. CHRISTIAN, El diseño Gráfico en Televisión Técnica Lenguaje y arte, Ediciones CÁTEDRA 2201. p. 132

Es así con los principios básicos del grafismo como se hace posible la realización de la imagen en la pantalla de televisión. A partir de esta área se manejan unas técnicas que ayuden a soportar la imagen como: el sonido, movimiento.

2.8. LA IMPORTANCIA DE LA TIPOGRAFÍA EN EL DISEÑO PARA T.V.

La tipografía como arte y técnica para componer, y crear símbolos alfabéticos representan el lenguaje y tiene como fin comunicar un mensaje.

Factores como el ancho de los caracteres, es decir su pesadez en grosor determinan la altura y es visto publicitariamente como liviano; el tamaño, da cuenta de los puntos digitales según el contexto, por ejemplo para videos es más grande que 12 puntos, que es común para textos; el espacio es inherente, y la postura se determina según el estándar; tipografía romana, que surgió del alfabeto creado por los romanos, como letras rígidas, tiesas que sirven para dar una perspectiva de seriedad al contexto visual.

La importancia de la tipografía para el diseño es que otorga algún tipo de interpretación visual a los contenidos de información.

2.9. LA TELEVISIÓN PARA LA EDUCACIÓN:

La televisión como medio de comunicación ha logrado ocupar espacios se que podrían manejar al servicio de la educación y, sobretodo pensados en la ampliación de la reflexión crítica.

Un programa para televisión debe ser atractivo para su audiencia no sólo en contenido, debe manejar una buena imagen, con un producto crítico que defiera la relación del público con el contenido, y le haga más fácil relacionarse con la atracción presentada, a través de la imagen.

¹³ HERVÁS I. CHRISTIAN, El diseño Gráfico en Televisión Técnica Lenguaje y arte, Ediciones CÁTEDRA 2201. p. 138b

La imagen le permite tener recordación al televidente, además un buen diseño permite que el contenido se haga más atractivo y cumpla con su objetivo educativo.

2.10. LA VISUALIDAD EN LO GRÁFICO

Según declaraciones del Dr. José Luis Valero Sancho a la Revista Latina de Comunicación Social 51 – junio - septiembre de 2002, al referirse sobre la infografía en prensa “Los ojos son una de las vías de entrada de conocimientos más utilizadas por el ser humano, quizá una de las más importantes vías de acceso a la cultura. Pero pueden ser algo más que unos órganos al servicio del hombre, ya que tienen un funcionamiento propio que los hace vulnerables y pueden ser engañados y manipulados desde la apariencia o disposición visual de las cosas”¹⁴.

Siendo así la visualidad desempeña un papel importante en los productos gráficos, pues al ser percibidos comunican y educan a quien los recibe. Por lo cual la diferencia entre visibilidad y visualidad, es que esta última es la propiedad que permite que un objeto se haga visible al ojo humano, además que de ser perceptible.

“La visibilidad es un valor característico de la obra gráfica que permite su lectura cuando todos los signos son reconocibles. La visualidad es una propiedad para el lector en relación a la obra y también una cualidad de sintonía de la propia obra, en la medida que permite su comprensión, incluso cuando algún elemento no se ve bien”¹⁵.

¹⁴ Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002junio5106valero.htm> Julio 06 de 2008 23:07p.m.

¹⁵ *Ibíd.* Julio 06 de 2008 23:15p.m.

Que un producto gráfico despierte el interés del público se debe al atractivo visual que contenga la información, pues los recursos visuales deben comunicar y optimizar la información que acompañan.

“El lector, ante un dibujo o una infografía, selecciona, según su experiencia, las imágenes o los elementos que de alguna forma le son familiares y le atraen, busca distintos elementos como diferencias, irregularidades o simplemente confirmaciones, reconocimiento de lo que ya le es familiar, aunque sea de manera vaga. El ojo actúa selectivamente frente a los impactos visuales”¹⁶.

En la actualidad algunos expertos manejan el gráfico como un medio de información, que ayuda a explicar todos los elementos de la información sin recurrir a un texto de apoyo.

Para el caso anterior los periodistas infográficos, se han encargado de plasmar la información más compleja de mostrar en un texto escrito, a través de imágenes que reconozcan los elementos más susceptibles o precisos de una información.

De este modo se puede concluir que una ilustración realizada con alguna particularidad permite obtener un valor superior de connotaciones. Además que la imagen ayuda a complementar la información.

“La imagen tiene mucha importancia en la comunicación. La moderna información gráfica se realiza con la ayuda visual que proporcionan tanto las fotografías como las simulaciones gráficas de acontecimientos cotidianos: hoy el importante escribir y mostrar de la manera más visible es inteligible los acontecimientos, acciones y cosas que ocurren en la actualidad informativas”¹⁷.

¹⁶ Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002junio5106valero.htm> Julio 06 de 2008 00:15p.m.

¹⁷ Valero, Sancho José Luis. “LA INFOGRAFÍA técnicas, análisis y usos periodísticos”. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. 2001.

2.11. LO GRAFICO EN LA INFORMACIÓN TELEVISADA

Las diferentes formas de presentación en televisión no discriminan lo gráfico, pues son formas esenciales de presentación, y constituyen objetivos de apoyo en concreto para la información.

“Al grafismo le corresponde un papel relativamente pequeño en la actualidad de las informaciones televisivas. Sin embargo, gracias a la facilidad de elaboración de aspectos clarificadores en asuntos engorrosos, a la gran propiedad didáctica que tiene y, sobre todo, a su gran propiedad visual, resulta de creciente interés. Y ya se le suele ver en las principales informaciones de casi todas las cadenas”¹⁸.

Siendo así el grafismo permite cubrir algunas necesidades informativas, como un elemento esclarecedor, que enfatiza e identifica el contenido con lo gráfico.

Para el desarrollo de los elementos gráficos en televisión las herramientas informáticas, que ahora son de fácil acceso y manipulación, permiten que el grafismo se convierta en un apoyo de la información.

2.12. HERRAMIENTA INFORMÁTICA: POWER POINT

El programa de la empresa Microsoft Power Point, permite realizar presentaciones para comunicar ideas de manera óptima en el ámbito de negocios o educación, este programa puede ser presentado a través de proyectores, con la debida instalación del software.

¹⁸ Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:
<http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n31p99.pdf> 1:26 a.m.

Además permite en una secuencia ordenada de diapositivas exponer de manera estructuradamente, los puntos de un proyecto.

“El pps es una herramienta de presentaciones es una utilidad diseñada para facilitar a cualquier expositor la creación e implementación de una presentación. Sus características nos permiten trabajar con gran versatilidad, logrando un impacto visual tanto en pantalla como en acetato o transparencia”¹⁹.

El software de pps. es bastante sencillo, se emplea a través de ‘diapositivas’ o slides que tienen información, en formato de texto, gráficos o videos. Algunas plantillas se encuentran prediseñadas o en algunos casos las empresas crean sus propias plantillas, con imágenes que identifiquen y homogenicen las presentaciones con la imagen e información de la organización.

De este modo el power point se ha transformado en un importante complemento de exposición, se ha popularizado tanto, que han creado sitios como el de ‘Slideshare’, un espacio online, para montar las presentaciones sobre algún tema insertas en un blog y que pueden ser comentadas.

2.12.1. Historia del power point

Bob Gaskins un estudiante de Berkeley fue quien tuvo la idea de fructificar a través de las tecnologías graficas emergentes las presentaciones, en un comienzo el software fue llamado "Presenter", que con el tiempo, gracias a que este joven se asocio a la firma "Forethought", el sistema logró desarrollarse y ser lanzado al mercado como Power Point en 1987.

Al comienzo el producto salió en blanco y negro y fue diseñado para Apple Macintosh, pero el mismo año en que se lanzó (1987), la empresa propietaria fue

¹⁹ Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:
<http://www.javeriana.edu.co/puj/viceadm/drh/capacitacion.old/nmaterial/point/p1/c1.htm> 18:40 p.m.

adquirida con su producto por Microsoft. Solo hasta 1990 se dio a conocer la versión para Windows.

Hasta el año 2003 la versión de power point continuaba siendo, metódicamente lo mismo que la del 2002 y la XP. Sin embargo tuvo la mejora que permitía la elaboración de las presentaciones directamente de CDs. Fue hasta el 2007 que la versión recibió un cambio en lo gráfico y en la interface del usuario.

3. OBJETIVOS

3.1. GENERAL

Crear un diseño de la identidad visual para la información en la programación del circuito cerrado de TV, estableciendo una identificación entre la información, la institución y la comunidad universitaria de la UPB.

3.2. ESPECÍFICOS

- Revisar los componentes gráficos e informativos existentes de la información institucional.
- Proponer la creación de un diseño para la información universitaria que se transmite en el CCTV UPB.
- Contribuir con un producto que identifique la información de cada dependencia administrativa que se transmite por el CCTV, con el alma máter.

4. DESTINATARIOS

El diseño para dar identidad visual a la información en la programación del circuito cerrado de TV, está dirigido a la comunidad universitaria de la UPB y su personal adscrito. Además que sirve como fuente determinante de identificación y diferenciación de los contenidos según el área o dependencia de la cual se informa. También da pertenencia a la información con la institución.

5. ALCANCES Y LIMITACIONES

A través del diseño para dar identidad a la información de tipo institucional del CCTV de la UPB, se espera que la propuesta cumpla a cabalidad el objetivo de convertirse en un mecanismo que de identidad a la información, con la institución en su totalidad. Además se buscó refrescar la imagen por medio de un diseño que emplea los colores e imágenes institucionales.

Con respecto a las limitaciones se pueden encontrar que, a) los programas necesarios para hacer una imagen más dinámica son escasos por ejemplo flash, b) se haría necesaria una persona de tiempo completo que sepa manejar este tipo de programa que permite imágenes en movimiento más dinámicas.

6. PRESUPUESTO

6.1. RECURSOS HUMANOS

Cantidad	Cargo
1	C.S. a cargo del departamento de comunicaciones y R.R.P.P
1	secretaria
1	Diseñador(a)
1	Periodista o pasante

Los honorarios de estas personas son definidos por Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, la cual es el ente empleador.

6.2. RECURSOS FINANCIEROS

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL
Transporte	\$50.000.00	\$300.000.00
Honorarios del pasante	\$433.700.00	\$2'602.200.00
TOTAL		\$2.902.200

6.3. RECURSOS TÉCNICOS

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TV por cable, Direc T.V.	6 meses		\$531.934.00
CD	5	\$1000.00	\$5.000.00
Computador con servicio a internet	1	Suministrado por el Dpto. comunicaciones	
Grabadora periodística	1	Suministrado por el Dpto. comunicaciones	
impresiones	100 copias	\$200.00	\$20.000.00
Llamadas telefónicas	100 min	Suministrado por el Dpto. comunicaciones	
Asesoría Diseñador	1	\$50.000.00	\$50.000.00
TOTAL			\$606.934.00

PRESUPUESTO TOTAL

RECURSOS FINANCIEROS + RECURSOS TÉCNICOS: \$3'509.134

7. JERARQUÍA DEL PROYECTO

1º Nivel: Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas: Comunicador Social
– Edwin Muñoz Neira.

2º Nivel: Asesor del proyecto de pasantía: Fidel Sánchez Rincón

3º Nivel: Pasante en Comunicación Social- Periodismo: Eliana Carolina Montaña
Quintero.

8. CRONOGRAMA

Mes	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Definición del proyecto y Relación de este con la empresa.																								
Asignación de asesor de pasantía y presentación del proyecto																								
Consulta Bibliográfica																								
Búsqueda de programas de diseños para la realización de la imagen																								
Realización de los parámetros para el diseño de la información del circuito cerrado																								
Entrega del Diseño para los contenidos del CCTV																								

9. RESULTADOS ESPERADOS

Generación de un diseño que de identidad a la información institucional de una manera más sobria y dinámica para cada temática según el área administrativa de la cual se informa. Provocar diferentes perspectivas en la audiencia estudiantil y el personal de la UPB, dando mayor relevancia a la identificación e importancia de los contenidos.

Enriquecimiento de la información institucional de la programación del circuito cerrado, a través de un diseño que de identidad visual, con el cual se espera cautivar e incentivar a la comunidad bolivariana.

Como resultado esperado de este aporte se espera que pueda ser cuidado y alimentado por pasantes, practicantes o personal vinculado a este medio.

10. INFORME CENTRAL

El sistema de CCTV es un medio que es conocido como “*sistema industrial*” que con sus diferentes aplicaciones a través de un sistema de televisión por cable destina información a diferentes áreas de la industria como: a la educación, la medicina, seguridad, y los negocios etc.

El espacio que se genera a través de este medio sirve para dar información y para abordar temáticas que interesan a diversas comunidades, estos son instrumentos que proponen una información más directa al servicio de quienes la necesitan.

Además es un mecanismo que permite hacer un acercamiento entre la información y el espectador, gracias a que es visual.

El circuito cerrado de televisión de la Universidad Pontificia Bolivariana es un medio de información cuyo propósito es comunicar a toda la comunidad bolivariana, en especial a la estudiantil, todos los aspectos referentes a las gestiones, objetivos, noticias y acontecimientos de la UPB.

Entre otros recursos de información que se emiten a través de la infraestructura informativa del CCTV UPB, se encuentra el noticiero institucional ‘*UPB Noticias*’ los días martes y jueves en el horario de 12:30 a.m. con repetición a las 5:30 p.m., el informativo se encuentra a cargo del CPTV (Centro de Producción Audiovisual) de la Facultad de Comunicación social.

Pensado así es como se desarrolla el proyecto denominado “*Diseño para la identidad visual de la información en la programación del circuito cerrado de la UPB*”, con la finalidad de atraer al estudiantado. Precisamente por ir dirigido a la comunidad universitaria el valor agregado a este intento es la identificación de la información con la academia.

Para este propósito se hizo necesario realizar la revisión de los contenidos de la parrilla de programación existente, además de los sondeos de opinión para la formación de esta herramienta, que determinó el horario y la franja indicada para la presentación y transmisión de los insertos con la información de tipo institucional.

La revisión a los sondeos de opinión y encuestas realizadas por la anterior pasante Adielia Mendoza sobre los contenidos o programas que desharían ver los estudiantes de la Bolivariana, a 400 miembros de la institución, demostró que la información institucional ocupa cerca de un 20% de interés, con 79 respuestas por parte de la comunidad bolivariana en las que afirman mostrar interés por este tipo de contenidos.

*“**Información UPB:** 79 votos que representan el 19.75%²⁰, ubicado en la franja informativa, descrita en la sección *información universitaria*, de la parrilla de programación del CCTV UPB, nombre que se refiere a la información que se plasma en las plantillas en power point, sobre información institucional.*

“...Esta franja informativa que se propone para el circuito interno de la Universidad está diseñada para presentar 2 tipos de información; noticieros nacionales e internacionales e información académica de la UPB...²¹

La ubicación de la información institucional del CCTV UPB, en la parrilla de programación, recibe el nombre de ‘CiR. Cerrado’ y corresponde a la greca en color verde, correspondiente a la franja informativa.

²⁰ MENDOZA, ADIELA. Implementación de una Parrilla de programación para circuito cerrado de TV UPB. Bucaramanga: 2007. P 50

²¹ *Ibíd.* P 50

El horario de transmisión de la información del CCTV es de lunes a viernes de 10:00 a 10:30 a.m., lunes, miércoles y viernes de 12:00 a 12:30 a.m., lunes y viernes de 3:30 a 4:00 p.m., miércoles y jueves de 4:00 a 4:30 p.m.

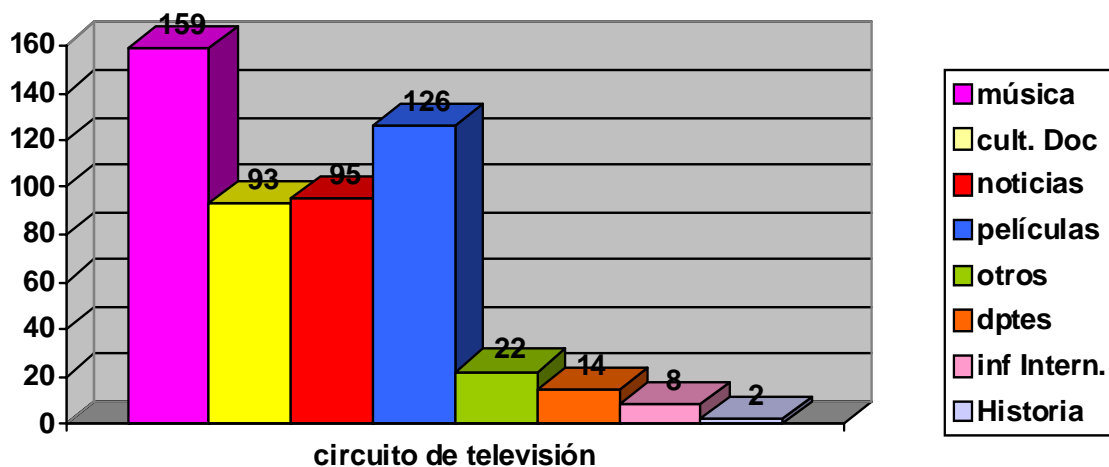
Figura 1. Parrilla de Programación del CCTV UPB

HORA	LUNES	CAN	MARTES	CAN	MIERCOLES	CAN	JUEVES	CAN	VIERNES	CAN
8:00- 8:30	CNN EN	704	CNN EN	704	CNN EN	704	CNN EN	704	CNN EN	704
8:30 - 9:00	ESPAÑOL	704	ESPAÑOL	704	ESPAÑOL	704	ESPAÑOL	704	ESPAÑOL	704
9:00 - 9:30	DIAS QUE SACU-	742	NATIONAL	730	BATALLA CHILE	BHS	NATIONAL	730	SHOW	734
9:30 - 10:00	DIERON MUNDO	742	GEOGRAPHIC	730	PODER POPULAR	BHS	GEOGRAPHIC	730	NATURALEZA	734
10:00 - 10:30	CIR. CERRADO	UPB	CIR. CERRADO	UPB	CIR. CERRADO	UPB	CIR. CERRADO	UPB	CIR. CERRADO	UPB
10:30 - 11:00	SECUESTRO	BHS	VIDEO	BHS	AGARRANDO	BHS	VIDEO	BHS	BATALLA DE	BHS
11:00 - 11:30	BETANCUR	BHS	PREGRABADO	BHS	PUEBLO	BHS	PREGRABADO	BHS	CHILE	BHS
11:30 - 12:00	MUCH MUSIC	270	MTV	264	TELE HIT	274	MUCH MUSIC	270	MTV	264
12:00 - 12:30	CIR. CERRADO	UPB	INF. UPB NOTC	UPB	CIR. CERRADO	UPB	INF. UPB NOTC	UPB	CIR. CERRADO	UPB
12:30 - 1:00	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130
1:00 - 1:30	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130
1:30 - 2:00	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130
2:00 - 2:30	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130	NOTICIAS RCN	130
2:30 - 3:00	FUTBOL PARA	604	FUTB. XRA TODOS	604	FUTB. XRA TODOS	604	FUTBOL XRA TOD	604	HTV	272
3:00 - 3:30	TODOS	604	MAS QUE	140	TODO QUEDA	140	HABLEMOS DE	140	HTV	272
3:30 - 4:00	CIR. CERRADO	UPB	PIEL	140	EN FAMILIA	140	SALUD	140	CIR. CERRADO	UPB
4:00 - 4:30	VIDEO	BHS	CIR. CERRADO	UPB	CLICK	DVD	CIR. CERRADO	UPB	LA TERMINAL	BHS
4:30 - 5:00	PREGRABADO	BHS	TELE HIT	274	CLICK	DVD	MTV	264	LA TERMINAL	BHS
5:00 - 5:30	MUCH MUSIC	270	TELE HIT	274	CLICK	DVD	MTV	264	LA TERMINAL	BHS
5:30 - 6:00	MUCH MUSIC	270	INF. UPB NOTC	UPB	CLICK	DVD	INF. UPB NOTC	UPB	LA TERMINAL	BHS

Imagen tomada del proyecto de grado de la egresada bolivariana C.S. Adíela Mendoza.

Una vez plasmada la parilla de programación y reconocida la ubicación correspondiente de la información institucional del circuito cerrado, se puede concluir que la información, en este caso para televisión dentro de una institución, debe manejar una sección que sirva como puente o medio entre los interesados y la organización. En este caso la programación para el contenido del plantel corresponde al nombre de *Cir. Cerrado* que se ubica en las sección información universitario que son las franjas de color verde.

Figura 2. Tabulación sondeo estudiantes



Tabulación tomada del proyecto de grado de la egresada bolivariana C.S. Adíela Mendoza.

“De acuerdo a lo anterior se pueden conocer los notables intereses de la comunidad Universitaria que visiblemente se encuentran y resaltan el gusto por los programas del género entretenimiento para ver a través del circuito cerrado de televisión”²².

Por lo tanto se indica que la comunidad universitaria emplea el circuito cerrado para informarse, y también como medio para la recreación distracción y el ocio en los tiempos libres.

De este modo se demuestra el interés de los estudiantes por la información que se trasmite por el medio televisivo interno de la UPB. Además se busca mejorar la imagen para la información institucional, en busca de atraer a un mayor número de estudiantes por estos contenidos al modernizar la presentación del contenido.

²² MENDOZA, ADIELA. Implementación de una Parrilla de programación para circuito cerrado de TV UPB. Bucaramanga: 2007. P 44.

10.1. DESARROLLO DEL PROYECTO:

Para la realización de este proyecto, también se retomó conceptos aprendidos en la académica como: la indagación, la investigación, el desarrollo, la realización y el manejo de imagen. De este modo y con estos parámetros el proyecto se ejecutó y los resultados dan manifiesto de su empleo.

Esta aspiración maneja un estilo dinámico, y su estética visual genera un impacto visual, pues mantiene las mismas pautas de diseño que maneja la institución como: colores e imágenes, de modo que se busco evitar confusión en el público sobre el contenido y la imagen.

Para lograr su objetivo estético fue necesario tener en cuenta diferentes estilos y formas posibles del programa con el cual se maneja la información.

Esta pretensión se desarrolló en un lapso de seis meses con consultas al Jefe encargado del departamento de comunicaciones y relaciones Públicas de la UPB. Durante este proceso se abordaron temáticas provenientes de consultas hechas en internet en cuanto a la estética televisiva.

El diseño para la identidad visual para la información de la programación del circuito cerrado de la institución obedeció a lo largo de su realización a un conjunto de acciones tales como:

- Definición del proyecto y el medio en el cual se aplicaría
- Indagación y revisión de la parrilla de programación y sus fundamentos.
- Búsqueda de diseños para televisión
- Búsqueda de otros programas de ejecución y desarrollo de imágenes para contenidos en televisión, como flash.
- Opinión y asesoría de diseñadores externos.

Estas acciones fueron ejecutadas en los tres primeros meses, lo cual se contempla en el cronograma del proyecto.

Para efectos de la realización del diseño, se mantuvo una estructura informal, más de indagación y revisión de los fundamentos existentes, para la creación de la imagen que identificaba los contenidos en su estética con las diferentes áreas de la institución.

Para la pre-realización, del diseño se efectuaron un conjunto reiterativo de actividades:

- Búsqueda de elementos estéticos como diseños de página web
- Revisión del manual de diseño para la UPB
- Revisión de la parrilla de programación y sus bases
- Asesoría con diseñadores externos a la universidad
- Selección de imágenes para la realización de las plantillas
- Diseño de las plantillas en el programa de presentación Power Point.

Durante la ejecución de este propósito el cronograma previsto tuvo algunas variaciones, pues al inicio se pretendía realizar unas plantillas de programación con el software de diseño flash, sin embargo debido a la falta de recursos para desarrollar un diseño con en este programa no fue posible, llevarlo acabo.

Algunos aspectos fueron determinantes para no efectuar la identidad a través del diseño hecho en Flash, como: capacitación de la persona que continúe a cargo del manejo de la información del CCTV, instalación del programa, lo cual dificultó el desarrollo del diseño a través de esta técnica.

La intención de llevar a cabo el diseño, generó concertación con el jefe del departamento y la diseñadora de la institución, y propusieron realizar esta tarea de acuerdo a las capacidades y recursos con que contaba el área de trabajo.

En el desarrollo del diseño de las plantillas o insertos se tuvo en cuenta los siguientes parámetros:

10.2. FORMA Y DISEÑO DE LAS PLANTILLAS:

Las plantillas están diseñadas, para información de tipo institucional, por tanto su forma mantiene un estilo dinámico, sobrio y de contenidos gráficos institucionales.

El diseño consta de 26 plantillas que maneja imágenes y colores institucionales de la UPB como: Rojo, negro blanco, amarillo. Cada plantilla tiene la imagen del escudo con el nombre de la universidad. En la primera plantilla el color rojo sobresale con la imagen institucional que permitirá identificar la institución con el tipo de información que se presenta.

Los colores de la tipografía son: el rojo, el gris y en la plantilla principal un color celeste.

10.2.1. Parámetros para la realización de las plantillas:

Durante el desarrollo del diseño el proceso de recolección de información para su realización marco un precedente importante, pues implicó consultas externas a diseñadores gráficos. A través de su visión profesional, se complementó un mejor tratamiento para el diseño de esta propuesta.

Para darle mayor identidad a este propósito, se manejaron los siguientes ítems en su diseño:

- En este medio que se comunica todo lo concerniente a noticias de carácter administrativo de la UPB, también se emiten noticias de interés, que deben ser transmitidas a toda la comunidad bolivariana.
- Como se mencionó con anterioridad, el diseño en power point para dar identidad visual a los insertos con información institucional del circuito cerrado de televisión de la UPB, consta de 27 plantillas, en la primera se destaca la imagen del logo de la universidad, al igual que su nombre y dirección de página web. Demostrando que la información concierne al ámbito institucional.
- Las 25 plantillas principales internas informan sobre la programación de eventos, ceremonias reuniones y actividades administrativas etc.
- Las dos plantillas finales son el modelo para plasmar información institucional de otras áreas.
- Por el hecho de que la información sea manejada por el Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la universidad, las primeras cuatro plantillas contienen información sobre la existencia de esta área administrativa, que maneja todos los contenidos noticiosos y pertinentes a la institución. Así mismo informan a quien deben recurrir el público y la comunidad en caso de solicitar alguna información o dar a conocer algún acontecimiento relevante para la institución.
- Cada nota para este medio se realiza en un párrafo de 2 ó 3 líneas máximo, debido a su gran tamaño, la información trata por lo general de dar respuesta, a las 5W que contiene un lead en un artículo periodístico, como: (¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿porqué?).
- Toda la información proporcionada a través de este medio se produce, gracias a los datos otorgados por las fuentes directas de los eventos.
- La información que se transmite es de tipo interno por ellos debe involucrar a la comunidad bolivariana y ser de interés común para todos.
- Las imágenes que se manejan en los cometidos deben hacer alusión al contenido o ser de tipo institucional.

- Los colores negros, blanco, rojo y amarillos de las planillas, son institucionales y permiten dar identidad visual a los contenidos, lo cual es el propósito de este proyecto.
- El flujo que se maneja en las plantillas va en un orden de izquierda a derecha, lo cual le da dinámica y agilidad a la lectura.
- La sombra que se emplea en la caligrafía da ubicación y profundidad, al contenido.
- Los tamaños varía según el volumen de información y el espacio.
- Los logos que se utilizan también son de tipo institucional.

Para la realización de este diseño se recurrió a la asesoría del diseñador gráfico Omar Sanabria Pinto quien sugirió que la producción del diseño debía ser en el programa de presentación *power point*, (programa en el cual se venía trabajando la información para el CCTV).

Debido a que la elaboración en el *programa de diseño flash* a futuro acarrearía algunas complicaciones de manejo, por cuestiones de infraestructura en el departamento de Comunicaciones y RRPP, se optó por continuar empleando el mismo programa. Además que este permite la aplicación de transiciones y el desarrollo adecuado de futuros procesos.

Los objetivos propuestos al inicio de este proyecto de diseño lograron arrojar resultados satisfactorios para la formación profesional y personal, que se ven sustentados en la aceptación del diseño y el mejoramiento del producto informativo. Encauzados en la identidad que se genera entre la información, la institución y su comunidad.

10.2.2. Producto final: Plantillas para los insertos de información institucional de la parrilla de programación del circuito cerrado de la UPB.

Con la imagen del escudo de la universidad en la primera plantilla de presentación se pretendió simbolizar el sello propio de la institución, además por ser la presentación principal debe contener el color, el símbolo insignia de la institución, semejando que toda la información contenida es sobre la institución.

Las plantillas internas tienen en la esquina superior derecha el logo de la universidad, en el centro se maneja el contenido con tipografía '*calibrí*' la cual permite que sea clara la información. (Ver Plantilla 2).

Las plantillas manejan un **borde** difuminado que hace que el contenido se vea dinámico y tenga mayor impacto visual. El **fondo** es de color blanco, pues este indica pureza, limpieza y transparencia, además que resalta cada elemento. El **Justificado** permite que haya equilibrio entre los elementos; fotografía, contenido, logotipo e información. (Ver Plantilla 3).

La fuente de letra que se usa en los artículos es '*calibrí*', con un tamaño que varía entre 40, 50 ó 60 puntos de acuerdo al espacio de la plantilla. Los títulos manejan un de, mínimo de, 40 puntos de tamaño, que también se determina dependiendo de la plantilla. El tamaño de los subtítulos varía entre 22 ó 40 puntos según la cantidad de contenido. Los colores que se manejan en la parte inferior de la plantilla son de tipo institucional: rojo y amarillo con un degradado que los integra.

La distribución de los artículos en la plantilla se determina en forma casual, manejando una nota por plantilla, con su respectiva imagen de apoyo, sin sobrecargar con otros elementos del contenido. En caso de que el contenido lleve una de imagen apoyo, la alineación de cada artículo se establece de forma aleatoria.

Las anteriores plantillas muestran algunas imágenes de la infraestructura de la institución. Al igual que anuncian los horarios para que el estudiantado y personal administrativo asistan a la eucaristía entre semana. Hay que aclarar que por ser una universidad Pontificia busca enseñar es un requisito promocionar y dar a conocer los días y horarios de la misa.

Figura 5. Tercer grupo de plantillas



Las siguientes plantillas dan información de tipo institucional y promocionan algunas áreas o dependencias administrativas de la universidad. La primera habla sobre información del PAC (Programa de Acompañamiento Académico), la segunda es una muestra de un espacio de la institución, la tercera es acerca de la información de capellanía, la cuarta es sobre el ofrecimiento de los servicios de bienestar universitario y la quinta muestra el nuevo edificio de la universidad.

Figura 6. Cuarto grupo de plantillas



Este grupo de plantillas es la presentación del nuevo edificio J. Las imágenes con el tiempo serán cambiadas por unas fotografías del bloque en funcionamiento.

Figura 7. Quinto grupo de plantillas



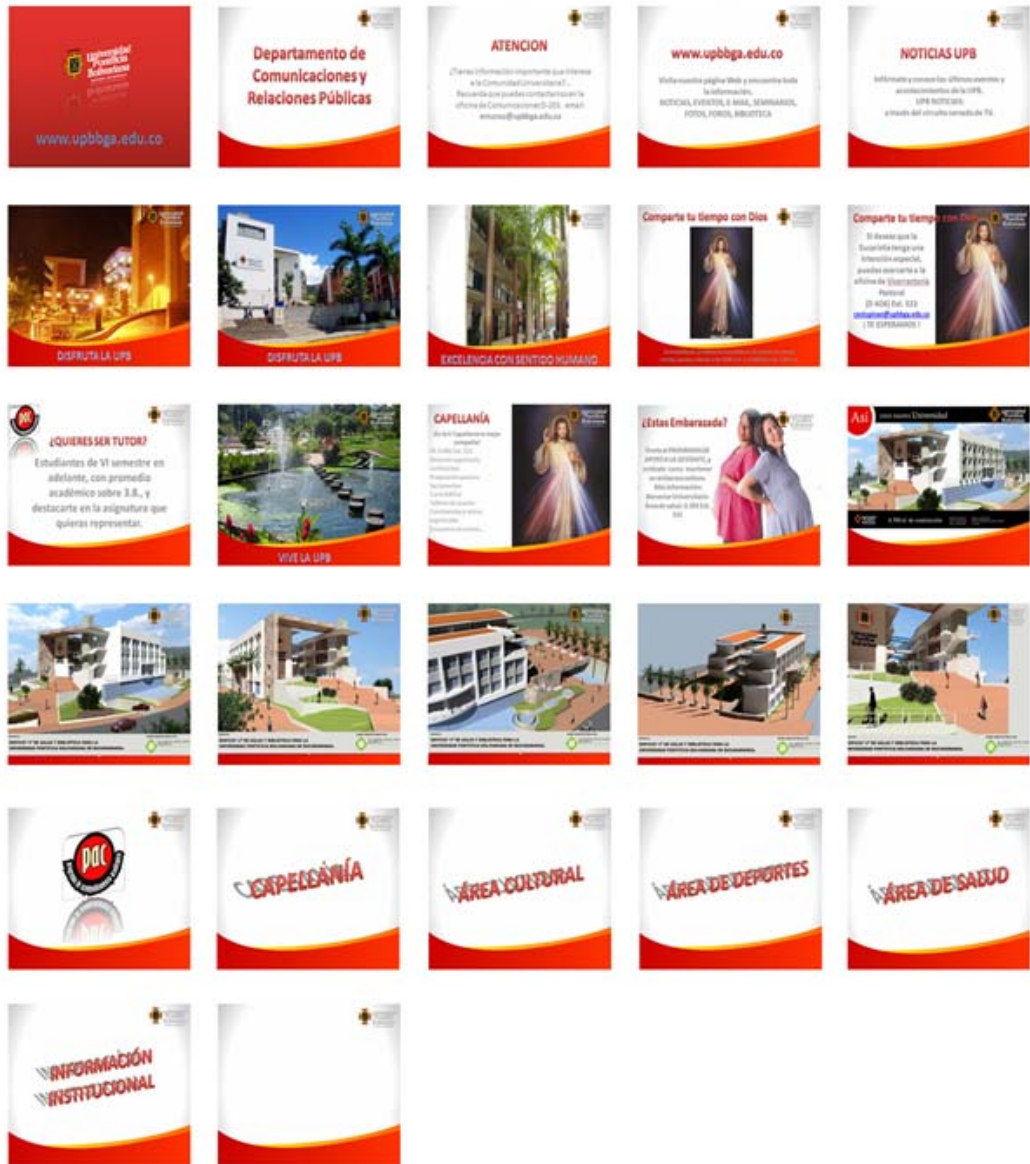
La quinta presentación de las plantillas representa algunas áreas administrativas como: el PAC, Capellanía y las diferentes dependencias que conforman al Departamento de Bienestar Universitario (Área cultural, de deportes y de salud) de la UPB. Cada una trae el nombre específico de su dependencia, con esto se busca que se continúe colgando más información, seguida de la plantilla que indica al área que pertenece lo que se está informando. Además al igual que las otras manejan el mismo diseño, logotipo, colores, bordes y sombras.

Figura 8. Grupo seis de plantillas



Con estas dos plantillas se finaliza la presentación, además se puede ampliar el contenido. La plantilla que dice *información institucional*, es para la información de tipo administrativo y de carácter urgente que se publica a través de este medio.

Figura 9. Plantillas finales para la identidad visual para la información en la programación del CCTV UPB.



(Ver Anexo de presentación en digital)

11. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS DURANTE LA PASANTÍA:

Para la realización exitosa de las tareas de trabajo en el departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas durante seis meses se realizó otras actividades, que deben ser desarrolladas con el fin de distribuir las funciones con el jefe del departamento y la secretaria.

- **informativo Brújula:**

El informativo Brújula se hace a nivel interno y es bimensual, su tiraje es de 1.500 ejemplares y está su contenido va dirigido a administrativos, directivos, docentes y estudiantes de la Universidad. (Ver anexo)

Contiene 8 secciones en donde se recolecta información del Alma Máter; para este medio se realizó la redacción de artículos y búsqueda de las imágenes que acompañan la nota sobre hechos de trascendencia para la institución. (Ver Anexo)

- **Contacto UPB:**

Para este medio se realizó la recolección de datos y debida redacción, además de la toma de la fotografía que acompaña la nota. Este medio es una hoja doble que maneja información interna que va dirigida exclusivamente a los estudiantes UPB.

Es de publicación quincenal con un tiraje de 2.500 ejemplare. A través de este medio se informa al estudiantado sobre actividades de interés que van ocurrir, y fechas importantes para recordar. (Ver Anexo)

- **Micronotas:**

Para este boletín web de carácter interno, se realizó las labores periodísticas, como redactora y fotógrafa.

El 'micro' como es conocido por los empleados adscritos a la institución, es un boletín virtual que se envía semanalmente a todos los miembros de la Comunidad Universitaria, administrativos, docentes, estudiantes, egresados y público en general. Este medio contiene información sobre la Universidad y las sucursales.

- **Actualización de web institucional:**

La página Web Institucional es un medio virtual que brinda información a todo el público que se encuentre interesado en obtener información de algún evento o inscripciones, es un medio interno y externo que se mantiene en constante actualización.

Las notas que se manejan son de información de tipo mediática, pues es empleada por medios masivos, para enterarse de eventos y acontecimientos de la comunidad bolivariana. Por este medio online se otorga información sobre de tipo organizacional como: la historia, la misión, visión y los programas académicos que ofrece, fechas claves, para tener en cuenta, sección para estudiantes donde se informan de sus calificaciones académicas entre otro tipo de información que se difunde por este medio.

La actualización de la página principal de la seccional Bucaramanga, se realiza diariamente y se publican nuevas notas, para las cuales el jefe del departamento es su editor y su pasante redactor.

- **Desde la Rectoría:**

Es un informativo que se realiza sobre algún evento de trascendencia, sobretodo del área administrativa de la seccional Bucaramanga, es escrito por la pasante o por el jefe del departamento y quien envía para que se publique en la página Web de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.

Este boletín electrónico se realiza todos los lunes.

- **Ceremonias y eventos especiales:**

El Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas es el encargado de los eventos, ceremonias y demás durante el semestre, los cuales que exigen tiempo para su organización, como: ceremonias de graduación, becas de honor a estudiantes distinguidos, eucaristías especiales y demás, eventos del estudiantado y administrativos, recibimiento de personal externo a la universidad etc.

Para estas actividades desarrollé diferentes labores, de asistencia y apoyo para el departamento.

- **Cubrimiento de eventos y jornadas especiales:**

A diario se realizan eventos especiales y diferentes actividades en la institución donde se vincula a toda la comunidad. Por lo cual se hizo necesario tener un registro fotográfico para complementar el contenido que se publica en los diferentes medios en que se publica. Además de realizar algunas entrevistas y tomar testimonios para tener conocimiento de la celebración.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1. CONCLUSIONES

- Contribuir en el mejoramiento de un medio de comunicación de mi alma máter, como herramienta de apoyo a las comunicaciones internas, generó durante el proceso de este propósito un aprendizaje y satisfacción de tipo profesional, pues actualmente la dependencia emplea el diseño y lo utiliza como medio de información.
- los conocimientos y experiencias de tipo laboral adquiridas durante el transcurrir académico, constituyen ante este proceso el ascenso de mis discernimientos y justifican el reto de realizar un producto para mi institución.
- Las acciones a desarrollar planteadas para la realización y ejecución de este proyecto se lograron de manera satisfactoria, por lo cual se considera que este producto dará resultados y permitirá optimizar la efectividad de la información que se transmite a través del CCTV de la universidad.
- El Departamento de Comunicaciones de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) es un área administrativa que se interesa por los aportes y procesos de aprendizaje de quienes ingresan allí a realizar su pasantía; además es un departamento en donde se brinda autonomía y confianza en la realización de las funciones que se le asignan al estudiante, por parte del jefe a cargo y su equipo de trabajo.
- El punto de partida de este producto es el esfuerzo ecuánime por aprender cada día nuevas técnicas que relacionan mi área profesional, lo cual se ve reflejado en el éxito de este diseño para el medio, el proyecto debe ser continuando y mejorado con el apoyo de las Nuevas tecnologías de la información y las comunicación (NTIC).

12.2. RECOMENDACIONES

- Con este proyecto se hizo un aporte a las comunicaciones internas del departamento de comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Pontificia Bolivariana de manera que, a futuro se podría implementar otra técnica de diseño que mejore la presentación del existente. Cabe resalta que, no se quiere decir que el producto no sea efectivo, sino que a través de otro tipo de programa o software se dinamice el mismo esquema que se desarrollo.
- Es necesario e importante, para el grupo de trabajo del Dpto. de comunicaciones UPB, mejorar y actualizar algunos programas para el desarrollo y producción del diseño de la información del CCTV y medios digitales, a fin de que, el área de comunicaciones se modernice y adquiera mejores herramientas.
- El Diseño gráfico es una iniciativa acertada que permite manejar la estética y la presentación de cualquier área de producción, que muchos profesionales en su labor deben involucrar, como apoyo y mejora de la calidad en un producto.
- Como apoyo a la gestión de posicionamiento de la imagen corporativa de la universidad Pontifica Bolivariana, cabe resaltar el éxito del proyecto que se planteo, pues constituye una herramienta que reafirma las gestiones de identidad corporativa que maneja el Dpto. de comunicaciones de la UPB, a través de los medios de comunicación internos.

BIBLIOGRAFÍA

MEDIOS VIRTUALES

- Documento en línea consultado el 13 de septiembre de 2007 en:
http://www.ulat.ac.pa/es/vida_estudiantil/latina_workshop/dis_grafico_television.php
- Documento en línea consultado el 13 de septiembre de 2007 en:
www.upbbga.edu.co página web de la Universidad Pontificia Bolivariana.
- Documento en línea consultado el 12 de diciembre de 2007 en:
http://world.kbs.co.kr/spanish/news/news_newissue_detail.htm?No=235
- Documento en línea consultado el 11 de junio de 2008 en:
<http://www.freethesaurus.info/redined/es/index.php?tema=566>.
- Documento en línea consultado el 12 de diciembre de 2007 en:
<http://www.atikoestudio.com/disenador/industrial/electrodomesticos/television/index.htm>
- Documento en línea consultado el 12 de diciembre de 2007 en:
http://www.uniminuto.edu/mediaciones/revista02/resenas_libros.htm
- Documento en línea consultado el 12 de diciembre de 2007 en:
http://www.ulat.ac.pa/es/vida_estudiantil/latina_workshop/dis_grafico_television.php
- Documento en línea consultado el 09 de junio de 2008 en:

http://www.webtaller.com/maletin/articulos/el_privilegio_y_el_compromiso_del_diseño_gráfico.php

- Documento en línea consultado el 09 de junio de 2008 en:
http://www.webtaller.com/maletin/articulos/el_privilegio_y_el_compromiso_del_diseño_gráfico.php
- Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002junio5106valero.htm> Julio 06 de 2008
23:07p.m.
- Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002junio5106valero.htm> Julio 06 de 2008.
- Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:
<http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n31p99.pdf>
- Documento en línea consultado el 06 de julio de 2008 en:
<http://www.javeriana.edu.co/puj/viceadm/drh/capacitacion.old/nmaterial/point/p1/c1.htm>

BIBLIOGRAFÍA LITERARIA

- MENDOZA, ADIELA. Implementación de una Parrilla de programación para circuito cerrado de TV UPB. Bucaramanga: 2007. P 50.
- VALERO, SANCHO JOSÉ LUIS. “LA INFOGRAFÍA técnicas, análisis y usos periodísticos”. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. 2001.
- HERVÁS I. CHRISTIAN, El diseño Gráfico en Televisión Técnica Lenguaje y arte, Ediciones CÁTEDRA 2201.

ANEXOS

Anexo A. Revista Brújula



Primera edición septiembre 2007



Segunda edición Noviembre 2007

Anexo B. Contactos



Contacto N° 54



Contacto N° 55



Contacto N° 55



Contacto N° 57

Anexo. C. MICRONOTAS



micronotas



Oficio de Comunicaciones y Relaciones Públicas
Abril 4 de 2008
Bogotá, Colombia, No. 103

FRASE DE LA SEMANA

"La responsabilidad es la solución que da la importancia para cumplir con las obligaciones"

Aristóteles

CALENDARIO

Abril 8
Primer aniversario Universidad Arica

Abril 23 - 25
VI Festival Regional Universitario de Música Instrumental de la Región NorOccidental

Abril 28 - 30
Tercer Campo Internacional de Ciencias Sociales

Mayo 2
Fecha límite para entrega de documentación para el primer semestre 2008.

CAPACITACIÓN

ENCUENTRO DE NOVIOS



Abril 7 de abril tendrá lugar un nuevo encuentro de novios en esta ocasión desde el tema "Mi relación... ¿cómo va?" el momento de reunión es el aula D-302 a partir de las 1:00 de la tarde. Mayores informes en: Secretaría de Gestión del Talento Humano, Tel. 5760220 ext. 502 y 503. Vía Web: 2 www.upb.edu.co

CONTACTO



NO DE OLVIDAR CON LA INFORMACIÓN, COMPARTALA CON NOSOTROS!

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

secrec@upb.edu.co
Oficina 5-303
Extensión 407-404
Móvil: 310 992081

www.upb.edu.co

IMPORTANTE REPRESENTACIÓN DEL DECANO DE DERECHO

El Dr. **Gerardo Montilla Montilla**, Decano de la Escuela de Derecho y Ciencias Políticas de la UPB, representará a la Universidad y a los Decanos de Derecho de la zona centro del país, en la firma del convenio con el Ministerio de Agricultura del Programa Fomento de Cultivos en Recuperación de Terrazas (CORFIT). El acto se llevará a cabo el próximo 8 de abril a las 3:00 de la tarde en el Palacio de Narváez con la presencia del Jefe Presidente de la República, Dr. Álvaro Uribe Vélez y el Ministro de Agricultura, Dr. Andrés Felipe Arias Leiva.



SÁBADO DE BOLIVARIANOS

Tal como Origen, Tardío, Cárdena, Rentería y la divertida película "Hortón", serán las actividades a realizar en el segundo encuentro de Bolivarianos que se llevará a cabo este sábado 5 de abril de 8:00 de la mañana a 12:00 de la tarde. Esta jornada es organizada por el Oficio de Bienestar Universitario de la UPB y está dirigida para todos los niños que tengan parentesco con miembros de la comunidad Bolivariana. Las inscripciones están abiertas a través del teléfono 9760220 ext. 441 o en el correo informa@upb.edu.co



RENOVACIÓN DE CÉDULA EN LA UPB

La Universidad en alianza con la Registraduría Nacional del Estado Civil, llevará a cabo los próximos 10 y 11 de abril, una Jornada de Renovación de Cédulas. En la actividad podrá participar toda la comunidad Bolivariana así como sus familiares. Quienes portan la cédula técnica firmada o la cédula planificada, documentos que tienen vigencia hasta el 31 de diciembre de 2008, pueden realizar esta renovación. El proceso se hará con cita previa en el aula E-403. Mayores informes en el Oficio de Relaciones Laborales y Desarrollo de Personal ext. 480.



CURSO DE ELABORACIÓN DE MAPAS CONCEPTUALES

Con el fin de dar a conocer uno de los múltiples herramientas que existen para la construcción de mapas conceptuales, la cual se aplica en un momento computacional, el Departamento de Nuevas Tecnologías ofrece los días 14 y 15 de abril en Segundo Taller de Elaboración de Mapas Conceptuales con la herramienta CMAPTOOLS. El curso será dirigido por el Jefe del Departamento, Ing. Pablo Antonio Prada Rodríguez, de 8:00 a.m. a 10:00 a.m. en la sala de nuevas tecnologías E-302. Cupo máximo: 16 participantes.



TALLERES DE ORACIÓN Y VIDA

Aprender a orar y conocer la metodología de la Oración, es el objetivo principal de los talleres de Oración y Vida organizados por Vocerías Pastoral y Capellanía. Este miércoles 2 de abril se llevó a cabo el sexto taller en donde alrededor de 20 participantes, entre estudiantes y administrativos asistieron con el fin de aprender más sobre la oración. Esta actividad se realiza todos los miércoles de 8:00 p.m. a 9:00 p.m. en el aula de nuestra Institución. Las inscripciones pueden realizarse a través de la extensión 525.



JORNADA DE CAPACITACIÓN - REAS PARA LA INVESTIGACIÓN

La Dirección General de Investigaciones informa a las personas que no pudieron asistir a la primera Jornada de Capacitación: Fuentes de información de ideas para la investigación y Vigilancia tecnológica, que habrá un nuevo encuentro el próximo lunes 7 de abril de 8:00 a.m. a 10:00 a.m. en el aula D-302. El objetivo de esta actividad consiste en indicar las diferentes fuentes de información y formas de buscar en ellas ideas para investigar. Las inscripciones pueden realizarse en línea, 560 por medio del correo electrónico: investigacion@upb.edu.co



SOFTBALL UPB SE DESTACA

En una de las últimas fechas del Campeonato Interuniversitario de Softball que se realizó en la ciudad, el equipo de Softball UPB dirigido por el profesor Cristóbal Álvarez, se enfrentó al equipo de la Universidad de Santander (UNDES), obteniendo un resultado favorable de 10 carreras a 2. En el campo se destacaron los jugadores: Haniel García, Andrés García, Andrés Serrano, Néstor Villalón, Jhon Hernández, Adán Galán, Jorge Madrid y Jesús Alberto Suárez.



UPB MEDILLIN

LA FACULTAD DE PUBLICIDAD SANA, DE NUEVO, CONCURSO INTERNACIONAL

La Facultad de Publicidad de la Escuela de Ciencias Sociales de la UPB ganó por cuarta vez el campeonato latinoamericano en el concurso InterAd de la IAA con sede en New York. El grupo ganador está conformado por los estudiantes de noveno semestre: Gilson-Pedro Marr, Nicolás Romero Escobar, Ricardo Sierra Avelledo, y el docente asesor, Jaime Orozco Toro. La campaña con la que la Facultad de Publicidad obtuvo este primer puesto en Latinoamérica estaba diseñada estratégicamente para promover el uso del desodorante AXE en el mercado latino en los Estados Unidos.

InterAd es la competencia estudiantil anual realizada por la IAA (International Advertising Association) que promueve a los estudiantes de las diferentes facultades de publicidad alrededor del mundo, la posibilidad de conocer en primera mano y experimentar en el desarrollo de una campaña publicitaria y de sus respectivas estrategias de mercados. En el año 2008 el InterAd se contó con el patrocinio de Global Advertising Strategies y la multinacional Crayber como clientes.

ABERTAS LAS INSCRIPCIONES PARA POSTGRADO EN PERIODISMO ELECTRÓNICO

La UPB convoca a los interesados en la Especialización en Periodismo Electrónico a inscribirse para la IV cohorte que empezará actividades académicas el 10 de julio de 2008. Este postgrado de modalidad virtual está dirigido a periodistas, comunicadores sociales y profesionales de los medios sociales y humanos en cualquier lugar de Colombia y en el exterior, interesados en aprender a utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (IIC). Duración: dos semestres, al valor de la matrícula por cada semestre es de \$3700 (USD) para los estudiantes US 2000. Inscripciones hasta el 20 de mayo de 2008. Cupo máximo para 20 personas. **Presen para la inscripción.** En el sitio web de la UPB encontrará el formulario de inscripción y la lista de documentos que debe enviar a la Oficina de Registro.

UPB MONTERIA

ARQUITECTURA EN CUBA

El grupo de Investigaciones Arquitectura Urbana y Città, de la Facultad de Arquitectura de UPB Montería, participó con la ponencia Evaluación Bioclimática de la Vivienda del Valle del Cauca como Patrimonio Cultural, desde sus orígenes hasta la arquitectura moderna, en el marco del Séptimo Congreso Internacional Patrimonio Cultural: Salvaguarda y Gestión, realizado en La Habana, Cuba el pasado mes. Fue el resultado del proyecto de investigación realizado por los docentes de la Facultad en mención arquitectos Víctor Julio Silva, Juan Pablo Ochoa y Luis Muñoz.

64