

**FORTALECIMIENTO DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DE LA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO UPB**

LIGIA PAOLA MORA RODRÍGUEZ

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

2013

**FORTALECIMIENTO DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DE LA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL –PERIODISMO UPB**

LIGIA PAOLA MORA RODRÍGUEZ

**Trabajo de Grado presentado en modalidad de pasantía como requisito
para optar al título de Comunicador Social – Periodista.**

Supervisor

MG. HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

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

2013

Nota de aceptación

Firma de Jurado

Firma de Jurado

Firma de Jurado

Bucaramanga 17 de abril de 2013

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Dios por haberme guiado haberme dado salud y sabiduría para culminar esta etapa de mi vida; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi papá, David Mora, mi mamá, Maribel Rodríguez, mi tía, Inés Rodríguez y a mi hermana; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mis profesores que guiaron mi camino en este arduo proceso especialmente a Héctor Mauricio Gómez Mora, quien dirigió este trabajo.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	9
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	16
2. OBJETIVOS	19
2.1 Objetivo general	19
2.2 Objetivos específicos	19
3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	20
3.1 Agosto	20
3.2 Septiembre	22
3.3 Octubre	24
3.2 Noviembre	25
3.1 Diciembre - enero	26
3.2 Febrero	27
4. CONCLUSIONES	29
5. RECOMENDACIONES	30
BIBLIOGRAFÍA	31
ANEXOS	33

LISTA DE ANEXOS

Anexo A.....	34
Anexo B.....	35
Anexo C.....	35
Anexo D.....	36
Anexo E.....	36
Anexo F.....	37
Anexo G.....	37
Anexo H.....	38
Anexo I.....	38
Anexo J.....	39
Anexo K.....	39
Anexo L.....	40
Anexo M.....	40
Anexo N.....	41
Anexo Ñ.....	41
Anexo O.....	42
Anexo P.....	42
Anexo Q.....	43
Anexo R.....	43
Anexo S.....	44
Anexo T.....	44
Anexo U.....	45
Anexo V.....	45
Anexo W.....	46
Anexo X.....	46
Anexo Y.....	47
Anexo Z.....	47
Anexo Ab.....	48

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO	Fortalecimiento de los canales de comunicación de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo UPB
AUTOR (ES):	Ligia Paola Mora Rodríguez
FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social - periodismo
DIRECTOR (A):	Héctor Mauricio Gómez Mora
RESUMEN:	<p>En las instituciones educativas es importante que haya unos medios de comunicación en los cuales se puedan mantener informados a alumnos y docentes sobre actividades académicas, investigativas y culturales. En la actualidad las redes sociales digitales son una buena opción para establecer esta comunicación entre todos los miembros de la organización.</p> <p>Los canales de comunicación de Facultad (Facebook, Twitter, YouTube, Blog, Correo) ya estaban creados y en funcionamiento, pero la información que en ellos se transmitía en su mayoría era de organizaciones externas a la universidad, es decir la información que circulaba no era propia, es por ello que como objetivo se estableció fortalecer el cubrimiento periodístico propio, dentro de los canales de comunicación digital que tiene la Facultad y empezar a crear información que involucre a docentes, estudiantes y egresados, teniendo como fin que estos tengan sentido de pertenencia y se identifiquen con la Facultad a través de estas redes sociales digitales, y que la comunicación entre la Facultad y sus miembros se vuelva bidireccional.</p> <p>Es por ello que se empiezan a utilizar las redes sociales para informar a los miembros de la facultad sobre eventos de comunicación que se organizaban, de igual forma la participación de alumnos y docentes en ponencias a nivel nacional, regional e internacional; logros de los egresados y profesores, e información de interés referente a la comunicación. De igual forma para generar el sentido de pertenencia se crearon reglas para el uso de las redes sociales y se actualizó el blog de la Facultad con información de los docentes de planta, así como los premios y distinciones obtenidos por estudiantes durante los 15 años de formación que lleva la Facultad.</p> <p>Con estos cambios se logró aumentar el número de seguidores, y la participación de estos en las redes sociales digitales de la Facultad</p>
PALABRAS CLAVE:	Comunicación digital, redes sociales digitales, Contenido digital, Community Manager

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE:

Strengthening communication channels of the Faculty of Social Communication - Journalism UPB

AUTHOR (S):

Ligia Paola Mora Rodríguez

FACULTY:

Faculty of Social Communication - Journalism UPB

DIRECTOR:

Héctor Mauricio Gómez Mora

ABSTRACT:

At schools is important to have a means of communication which can keep students and teachers informed about academic, research and cultural. Currently online social networks are a good choice to establish the communication between all members of the organization.

The Faculty communication channels (Facebook, Twitter, YouTube, Blog, E) were already established and operational, but the information in them was transmitted mainly from organizations outside the university, ie no information circulating was itself, which is why we aim to strengthen established own journalistic coverage within digital communication channels with the power and start creating information involving teachers, students and alumni, with the order that they make sense of belonging and identify with the Faculty through these social networks, and that communication between the College and its members become bidirectional.

That is why we are starting to use social networks to inform faculty about communication events that were organized, just as the participation of students and teachers in presentations at national, regional and international achievements of graduates and teachers, and information of interest relating to communication. Similarly to generate a sense of ownership rules were created for the use of social networks and blog was updated with information from the School of the faculty, as well as prizes and awards won by students during the 15 years of training carrying the Faculty.

KEYWORDS:

Digital communication, social networks, Digital Content, Community Manager.

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Comunicación Social –Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana cuenta desde el 2010 con una estrategia de comunicación digital, en la cual se hace uso de algunas redes sociales digitales como Facebook, YouTube, Flickr y Twitter, además de otros canales de comunicación digital como el blog y el correo electrónico.

Estos canales de comunicación fueron incorporados a las acciones de comunicación que tiene la Facultad, debido a la necesidad que se tenía de mantener una comunicación formal con toda la comunidad que conforma la facultad, y evitar la comunicación no formal que en muchas ocasiones transformaba los mensajes y por ende la información llegaba errónea, de igual forma la Facultad hizo uso de estos medios digitales con el fin de generar contenidos propios que mantuvieran informados a egresados, docentes y estudiantes, sobre lo que pasaba dentro de la facultad y con cada uno de sus integrantes.

Según un estudio realizado por Google, más del 80% de los colombianos hacen uso de la Internet, además gracias al gran auge que han tenido los dispositivos digitales (Smartphone, Tablet, IPod, etc.) con los cuales se puede acceder con mayor facilidad a la red y a toda la información que hay en ella. Teniendo este antecedente, la facultad no fue ajena a esta apuesta, que también se estudia en algunas asignaturas de la carrera.

Los medios elegidos por la Facultad para poder cumplir dicho objetivo, además del tradicional correo electrónico y el blog, se emplearon como canales de comunicación las redes sociales digitales que son “lugares de Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos. Hoy las redes sociales digitales son la forma más efectiva de comunicación, en su historia hay varias versiones del origen de estas, se puede decir que una de las primeras

que se creó fue el correo electrónico, y con el paso de los años iban naciendo más opciones de redes sociales digitales que tenían diferentes objetivos como informar a amigos sobre reuniones, encontrar amigos, publicar noticias y compartir información.

Según la finalidad, las redes sociales digitales se dividen en dos tipos horizontales y verticales, las redes sociales horizontales son aquellas que “no tienen una temática definida, están dirigidas a un público genérico, y se centran en los contactos. La motivación de los usuarios al acceder a ellas es la interrelación general, sin un propósito concreto. Su función principal es la de relacionar personas a través de las herramientas que ofrecen, y todas comparten las mismas características: crear un perfil, compartir contenidos y generar listas de contactos”¹, y las redes sociales verticales son aquellas que normalmente giran alrededor de una temática o contenido en común a todos sus usuario.

La Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana tiene los dos tipos de redes sociales; horizontales y verticales. Las primeras Facebook y Twitter y las segundas YouTube y Flickr, estas fueron elegidas para cumplir el objetivo de mantener contacto permanente con alumnos, egresados y docentes de la facultad, pues a través de estas redes sociales se publica información emitida por los docentes, notas a cerca de actividades culturales y académicas que realizan los integrantes de la Facultad, además de generar contenidos propios y que la comunidad de la facultad pueda acceder a ellos.

Por otro lado está el uso del Blog, el cual tiene el mismo objetivo de las redes sociales, con la diferencia que en este la información es más ampliada y menos frecuente, en la actualidad el blog se actualiza aproximadamente cada mes por el community manager, rol que desempeña el pasante de la facultad.

¹ MINISTERIO DE EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTE DE ESPAÑA, Observatorio Tecnológico,. Clasificación de redes sociales [en línea] <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3> [citado el 29 de noviembre de 2012]

Este cargo hasta ahora está tomando fuerza debido al fenómeno de las comunidades virtuales y la importancia que ha tomado la web 2.0 en una empresa, este rol es entendido como “persona dentro de una organización (empresa, organismo, partido político) que se encarga de gestionar y liderar las dinámicas que se producen en una comunidad virtual, a la vez que gestiona y monitoriza la presencia y la reputación de la organización en las redes sociales.”² Dentro de sus actividades, una que tiene un valor importante es la monitorización, para contestar todas las preguntas o inquietudes que tengan los seguidores, además de defender y cuidar la imagen de la Facultad, debido a que en algunas ocasiones los comentarios que se hacen en estos medios no son respetuosos y pueden ser ofensivos.

Según AERCO, Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales Social Media³, las funciones de un community manager básicamente son cinco:

- Escuchar.
- Hacer circular la información obtenida internamente.
- Explicar la posición de la empresa a la comunidad.
- Buscar líderes tanto interna como externamente.
- Encontrar vías de colaboración entre la comunidad y la empresa.

La estrategia que se tiene para mejorar la calidad de la comunicación en la facultad y que esta se vuelva bidireccional haciendo uso de los medios que se tienen, es reforzar los contenidos emitidos tanto en las redes sociales como en el blog, generando contenido propio como objetivo principal, sin dejar de publicar información importante que generen otras organizaciones, pero dando prioridad al

² SOMALO, Ignacio, Todo lo que hay que saber de Marketing Online y Comunicación Digital. Wolters Kluwer, España 2011

³ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RESPONSABLES DE COMUNIDAD Y PROFESIONALES SOCIAL MEDIA, [PDF en línea] <http://www.maestrosdelweb.com/images/2010/04/community-manager.pdf> [Citado el 15 de noviembre de 2012]

contenido desarrollado por el community manager, presentado en diferentes géneros como la noticia, el reportaje, etc.

Para elaborar esta información, se debe cumplir con los principios del periodismo digital que según el periodista Alan Rusbridger son diez:

1. Fomentar la participación y la retroalimentación: Las experiencias de los e-reporteros y los servicios de foros y comentarios como plataformas de contacto con los lectores
2. El medio no es para el grupo de periodistas que lo hace, sino para aquellos los lectores: El fin es siempre el usuario, el receptor-lector.
3. Animar a otros a iniciar un debate, publicar material o hacer sugerencias: Potencializar la utilización de las redes sociales.
4. Ayudar a crear comunidades en torno a intereses comunes y temas de importancia.
5. Ser abierto y formar parte de la Web: no tenerle miedo a las herramientas en red: Una recomendación que desemboca en el perfil del periodista digital.
6. Reunir y supervisar el trabajo de otros: Siempre estar al tanto de temas de interés, enfoques y abordajes que logran otros medios.
7. Aceptar que los periodistas no son los únicos autorizados y expertos. Hay otras voces interesantes: El usuario activo de la red ya puede participar.
8. Disfrutar, expresar y reflejar la diversidad, y promover los valores compartidos.
9. Aceptar que la publicación puede ser el comienzo del proceso periodístico y no el final: En el mundo digital todo está en constante construcción.

10. Ser franco y abierto a los desafíos y mejoras, incluyendo las correcciones, aclaraciones y debate: Reinventar la forma de trabajar todos los días.

El periodismo digital es definido como “poner el dato al alcance de cualquiera, y en consecuencia el periodista debe poner un valor añadido”.⁴ Es decir el community manager de la facultad de Comunicación social – Periodismo debe estar presente en eventos académicos o culturales que involucren a la Facultad, a los alumnos docentes y egresados de la misma, tomando fotografías, redactando notas y generando información de cada una de estas actividades.

Se pretende lograr que todos los usuarios de las redes sociales digitales de la Facultad, se identifiquen, valoren, defiendan y ayuden al progreso de lo que es de ellos, que se sientan orgullosos con la Facultad, que cada uno de los integrantes se sienta identificado con los demás miembros del grupo y que se respeten aunque no compartan las opiniones que cada uno tenga, es por ello que la función está orientada a seguir la misión de la UPB través de las redes sociales.

De igual forma es necesario tener claro el concepto de identidad digital, la cual según Fernando Polo y Juan Luis Polo en su libro #socialholic, Todo lo que necesitas saber sobre el marketing en medios sociales, “es la imagen que una persona se forma de una marca u organización a partir de la misma”, a su vez se advierte que en la actualidad aunque el impacto visual de la web es importante, tiene mayor peso la interacción con los usuarios, y eso es lo que pretendemos lograr con las redes sociales de la Facultad, debido a que en el mismo libro Fernando y Juan Luis Polo mencionan que “Nada será más eficaz contra un comentario vertido por un cliente insatisfecho que la réplica de un cliente satisfecho”.

⁴ FLORES VIVAR, Jesús y MIGUEL ARRUTI, Alberto. Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones en el mundo infodigital. Grupo Noriega Editores, México 2010. Pág. 132

Otro factor que se busca es la lecturabilidad de los medios de comunicación de la Facultad, que los alumnos, docentes y egresados vean interesante el contenido que se emite en estos medios y acceda a ellos periódicamente, para ello es preponderante que los medios sigan los parámetros de los contenidos web que según Mai-lan Tomsen en su libro Contenidos web son:

- Tener un sentido añadido
- Tener contenidos y servicios de calidad
- Ser novedosos
- Estar actualizados

Así mismo es importante tener en cuenta las características de la escritura en la web las cuales según Jakob Nielsen en el libro Usabilidad: diseño de sitios web son:

- Todo texto debe tener buena ortografía
- Utilizar encabezados significativos en lugar de “atractivos”
- Utilizar listas con viñetas y elementos de diseño similares para detener el flujo de bloques de textos uniformes.
- Utilizar resaltado y énfasis para hacer que las palabras importantes retengan la atención del usuario
- Presentar el material más importante al principio utilizando el llamado “principio de la pirámide”
- Se debe desarrollar una idea por párrafos
- El texto debe tener buenos títulos los cuales deben contener de dos a seis palabras
- El texto debe estar alineado a la izquierda
- Evitar el uso de mayúsculas en el texto

Es importante resaltar que en los dos años que lleva la facultad haciendo uso de estos canales, Facebook ha tenido gran acogida, en su parte por la popularidad que esta red social digital tiene en el mundo, según cifras dadas por su fundador Mark Zuckerberg el 4 de septiembre de 2012, Facebook tiene mil millones de usuarios activos en el mundo, y en Colombia según un estudio realizado por la página SEO Colombia posicionamiento web, hay quince millones ochocientos tres mil personas haciendo uso de esta red social.

Se pretende que los demás canales usados por la Facultad, tengan la misma acogida en especial el blog debido que en este se emite información más ampliada que en las demás redes sociales.

La estrategia es lograr más usabilidad de los canales de información con los que cuenta la Facultad y lograr una comunicación bidireccional entre todos sus usuarios, que participen emitiendo información, dando opiniones, sugerencias inquietudes y no sólo leyendo lo que se publica en los medios.

En la actualidad la fan page de Facebook de la Facultad ha llegado a 577 seguidores, Twitter tiene 434 seguidores, el blog ha tenido 3227 visitas, lo que evidencia el aumento de lecturabilidad que han tenido estos canales digitales en la Facultad.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La facultad de Comunicación social de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga está ubicada en Colombia, departamento de Santander, Municipio de Floridablanca, kilómetro 7 autopista Piedecuesta edificio K oficina 502. Esta facultad fue creada por acuerdo y autorización del Consejo Directivo, en la ciudad de Medellín el 31 de julio de 1996, el 20 de noviembre de ese mismo año, el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, emitió la constancia de Registro ICFES No. 172343020706800110100, ante el Sistema Nacional de Instituciones de Educación Superior –SNIES-. Posteriormente en el año 1997 perfeccionó el plan de estudios y las estrategias de enseñanza – aprendizaje y se inició a promocionar la facultad en la región, y es en febrero de 1998 en que se la Facultad inicia labores académicas y administrativas. En el año 2006 el Ministerio de Educación le otorgó registro Calificado por un periodo de siete años.

La Facultad de comunicación social Periodismo de la UPB Bucaramanga tiene como Misión formar comunicadores sociales - periodistas integrales, con sólidas bases conceptuales, perspectiva global, responsabilidad social y propositivos frente al desarrollo regional y nacional, de igual forma tiene como visión ser un programa reconocido por su alto sentido de la responsabilidad, el servicio y la proyección social; líder en el oriente colombiano en la formación de profesionales integrales y respaldado por un talento humano de altas capacidades académicas e investigativas; los objetivos de este programa académico son:

- 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 transdisciplinaria 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.

La Facultad de Comunicación Social hace parte de la Escuela de Ciencias Sociales, que está a cargo del Doctor Raúl Jaimes Hernández, la Facultad es dirigida por la Magister Olga Beatriz Rueda y cuenta con 11 profesores de planta.

Ver organigrama en anexos.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el cubrimiento periodístico propio, dentro de los canales de comunicación digital que tiene la Facultad (Facebook, Twitter, el blog, YouTube y correo electrónico)

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Informar a alumnos, docentes y egresados a través de los medios de comunicación de la Facultad (Facebook, Twitter, el blog, YouTube y correo electrónico).
- Crear identidad y sentido de pertenencia de los alumnos, docentes y egresados hacia la Facultad, a través de los medios de comunicación electrónicos que tiene la Facultad.
- Elaborar contenidos propios y que sean de interés para los alumnos, docentes y egresados de la Facultad.
- Promover el uso y generar más lecturabilidad del blog de la Facultad, a través del tráfico de información.

3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Al inicio de la pasantía en el mes de agosto del 2012 se creó un plan de trabajo, en el cual se incluyeron unos objetivos que se pretendía alcanzar en el transcurso de la pasantía, el objetivo general es fortalecer el cubrimiento periodístico propio, dentro de los canales de comunicación digital que tiene la Facultad (Facebook, Twitter, el blog, YouTube y correo electrónico y los objetivos específicos que se incluyeron en el plan de trabajo fueron:

- Informar a alumnos, docentes y egresados a través de los medios de comunicación de la Facultad;
- Crear identidad y sentido de pertenencia de los alumnos, docentes y egresados hacia la Facultad, a través de los medios de comunicación electrónicos que tiene la Facultad; elaborar contenidos propios y que sean de interés para los alumnos, docentes y egresados de la Facultad; promover el uso y generar más lecturabilidad del blog de la Facultad, a través del tráfico de información.

En ese sentido en estos seis meses se ha hecho cubrimiento de eventos en los cuales han participado docentes y alumnos y egresados de la facultad.

3.1 AGOSTO

En el mes de agosto se empezó a generar contenidos propios y a informar a docentes alumnos y egresados sobre las actividades que organizaba la Facultad, o los eventos en los cuales participaban algún miembro de esta, es por ello que el seis de agosto se inició a promocionar la celebración del “Día C” mediante anuncios en Facebook y Twitter que invitaban a toda la comunidad de la Facultad a asistir y participar en el evento, el diez de agosto se realizó una nota titulada “UPB Bucaramanga, estrena el más moderno espacio físico para laboratorios” en

la cual se describía el nuevo edificio de la universidad en donde está ubicada la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, esta nota contenía información sobre que conformaba edificio K, así como los nuevos laboratorios con los que contará la Facultad de Comunicación Social – Periodismo. La nota fue publicada en el blog con un enlace en Facebook y Twitter y fue hecha siguiendo los parámetros del de los contenidos web que Mai-lan Tomsen menciona en su libro Contenidos web, por lo que la nota fue novedosa, actualizada y fue la primera que se hizo cuando el edificio estuvo terminado. El quince de agosto se celebró el “Día C” y con el fin de lograr uno de los objetivos de la pasantía que es generar contenidos propios, este día se hizo un registro fotográfico de esa actividad así como un cubrimiento en Twitter y posteriormente se escribió una nota para la Revista Brújula que contenía toda la información de los ponentes que participaron ese día y sus respectivas conferencias.

En el mismo mes siguiendo uno de los objetivos que es mantener informada a toda la comunidad sobre logros que obtengan sus integrantes, eventos en los que participen docentes, alumnos o egresados de la Facultad, se hizo una pequeña nota en Facebook sobre un artículo que la Revista Comunicación de la UPB Medellín le publicó al docente Fidel Sánchez, así como una nota sobre tres estudiantes del semillero U’wa Werjayá que participaron en el V Encuentro Institucional, II Nacional y I Internacional de Semilleros y Grupos de Investigación, organizado por la Universidad Agustiniana de Bogotá, esta nota fue titulada “Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, representan a la Universidad en Encuentro de Grupos y Semilleros de Investigación”.

Posteriormente, con el fin de informar a los estudiantes, el 24 de agosto se publicaron los horarios de parciales en Facebook y Twitter, con el objetivo que los estudiantes pudieran consultar los horarios en estos medios sin tener que subir a la Facultad.

De otro lado para cumplir el objetivo “crear identidad y sentido de pertenencia con la Facultad y cada uno de sus integrantes”, se crearon las normas de uso de la Fan Page de Facebook que también aplican para el Twitter, las cuales promueven el respeto y el buen uso de estos canales de comunicación. Esto se logró siguiendo las normas que la web de Facebook establece para todos sus usuarios, además de los parámetros que tiene la Universidad sobre los valores de cada integrante de la institución debe tener.

A su vez la Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales Social Media⁵, establece que una de las funciones que debe cumplir el Community Manager es hacer circular información que se obtenga dentro o fuera de la organización, por lo tanto se cubrió la ceremonia de alumnos distinguidos primer semestre 2012 y se hizo un registro fotográfico del evento en Facebook, con el fin que todos los miembros de la Facultad se enteraran quienes fueron galardonados por sus méritos académicos.

3.2 SEPTIEMBRE

En cumplimiento de los objetivos, se estuvo pendiente de los logros alcanzados por los egresados y los estudiantes de nuestra Facultad, por lo que se mencionó y se felicitó a través de Facebook a la egresada Nohora Celedón por el premio de periodismo Analdex, así como se hizo el cubrimiento gráfico de los grados de la tercera ceremonia de 2012.

De igual forma ese mismo mes se hizo cubrimiento gráfico de Café poema, espacio cultural que es desarrollado semanalmente por la docente de la facultad Andrea Navarrete. A su vez y buscando la integración y la participación de toda la comunidad de la Facultad, se elaboró un video invitando a los estudiantes y

⁵ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RESPONSABLES DE COMUNIDAD Y PROFESIONALES SOCIAL MEDIA, [PDF en línea] <http://www.maestrosdelweb.com/images/2010/04/community-manager.pdf> [Citado el 15 de noviembre de 2012]

docentes a participar en la jornada de Integración Bolivariana, el cual se publicó en Facebook y tuvo una gran acogida por los seguidores en nuestras redes sociales.

En este mes también se tomaron fotografías en la estación V a los comediantes Alejandro Riaño, Diego Mateus y Andrés Bravo invitados especiales de la emisora.

Así mismo, se realizó un anota informando y exaltando la participación de los docentes Jaqueline Estévez y Fidel Sánchez en el V Congresos Latinoamericanos de Opinión Pública, WAPOR, esta nota se publicó en la fan page de Facebook. A su vez en la Universidad se llevó a cabo la jornada de integración bolivariana en la cual se realizó un registro fotográfico que fue publicado en Facebook y en Flickr, todo esto cumpliendo los objetivos que se plantearon en el plan de trabajo de generar contenidos propios y lograr el sentido de pertenencia y la unión de los integrantes de la Facultad.

La semana del 21 de septiembre la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana se vio afectada por protestas en contra del sistema Integrado de Transporte Masivo, Metrolinea, lo que impidió la normal movilización en la ciudad, cumpliendo uno de nuestros objetivos, a través de las redes sociales se estuvo informando periódicamente a los estudiantes sobre el estado de las vías y las decisiones que se tomaban en la universidad sobre el desarrollo de las clases.

De igual forma se publicó en el blog una nota sobre un proyecto que se desarrolla entre la UPB y el Observatorio de Salud de Santander y se realizó un registro fotográfico sobre la Jornada de Investigación UPB en la cual participaban docentes y estudiantes de la facultad, este evento también se promocionó por medio de las redes sociales en las cuales se publicó el horario y

los docentes que iban a exponer sus investigaciones así como la muestra de los semilleros.

3.3 OCTUBRE

Se realizó un cubrimiento fotográfico al conversatorio “Panoramas y desafíos de la radio Universitaria” organizado por la emisora virtual, Estación V, con motivo de la celebración del día mundial de la radio universitaria, de igual forma se hizo con la asignatura de Deontología de la comunicación en la cual participó Mario Mantilla, defensor del televidente del canal TRO.

A su vez varios egresados de la Facultad fueron galardonados por sus excelentes trabajos, estuvimos pendientes y elogiando sus logros a través de las redes sociales, es el caso del premio Ulrich Wickert Preis Fuct Kinderrechte 2012, el cual fue otorgado a la egresada Ana Fernanda Perdomo, así mismo se felicitó a Nohora Celedón por obtener el premio de periodismo Colprensa, y a Juan Carlos Chio, Jineth Prieto y Jazmín Rodríguez por el premio de periodismo Simón Bolívar.

En Octubre se escribió una nota y se subieron fotografías de la participación de los docentes Giovanni Bohórquez y Fidel Sánchez en la Cátedra de comunicación Unesco, que se llevó a cabo en la Universidad Javeriana en Bogotá.

Todas las notas escritas en las Redes Sociales de la facultad se redactaron siguiendo los nuevos parámetros de la pirámide invertida que menciona el periodista Guillermo Franco, en su libro “Cómo escribir para la web: bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online” en donde dice que “La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser

el mismo lid, hasta el final del cuerpo. Título y lid pasan a ser uno solo, y el cuerpo agrega información exige palabras cortas, conocidas y precisas”⁶.

3.5 NOVIEMBRE

En noviembre se llevó a cabo registro fotográfico de la bienvenida a la vida profesional y los grados cuarta ceremonia 2012, a su vez se redactó una nota para la revista Impacto, sobre egresados que trabajen en el campo de la investigación, la cual también se publicó en el blog de la facultad y fue titulada “La investigación enriquece el conocimiento”, de igual forma se redactó una nota que fue publicada en la revista Brújula sobre la participación de los docentes Giovanni Bohórquez y Fidel Sánchez en la cátedra Unesco de comunicación, en la Universidad Javeriana de Bogotá.

A su vez y pensando en promover el sentido de pertenencia y que los estudiantes conozcan más sobre los docentes que los están formando, se creó en el blog un espacio en donde se encuentran las hojas de vida de los docentes de planta de la Facultad y donde se expone toda la experiencia que tiene cada uno de ellos en sus respectivos campos de acción. Lo anterior se realizó pensando en que los estudiantes tengan un conocimiento de quienes son sus docentes y a partir de ahí se identifiquen con cada uno de ellos y las respectivas materias que tiene a cargo, pues en el libro de Fernando Polo y Juan Luis Polo “#Socialholic, Todo lo que necesitas saber sobre el marketing en medios sociales”, explican que la identidad digital “es la imagen que una persona se forma de una marca u organización a partir de la misma”, y se considera que los educadores hacen parte de la identidad de la Facultad.

⁶ FRANCO, Guillermo, Cómo escribir para la web: bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online, [PDF en línea] <http://knightcenter.utexas.edu/ccount/click.php?id=4> [Citado el 12 de noviembre de 2012]

De otro lado durante todo el semestre, se acompañó a las visitas técnicas que realizaron los estudiantes de propedéutica de la comunicación, a Radio Católica Metropolitana y al Canal TRO, en donde se hizo registro fotográfico el cual fue subido a Flickr, con enlace en Facebook.

Así mismo se han elaborado 17 comunicativos docentes, boletín que se envía todos los viernes a los docentes de la Facultad.

DICIEMBRE - ENERO

En el mes de diciembre y teniendo en cuenta el libro “Community Management en una semana” en el cual se dice que una de las labores del Community manager es “responder sobre las distintas conversaciones sobre una marca o empresa que se producen en las redes”⁷ se respondieron todas las inquietudes que tenían los estudiantes tanto antiguos como nuevos sobre las inscripciones, matrículas, cursos vacacionales, entre otros temas que preguntaban a través de las redes sociales.

Por otra parte se escribieron unas notas sobre algunos docentes, la primera se realizó sobre la inscripción que hizo el docente Jaime Pallares, del grupo de investigación Organizacional Comité ante Colciencias; la segunda se redactó felicitando a la docente Jaqueline Estévez por el título doctoral alcanzado con desempeño Cum Laude en la Universidad Complutense de Madrid. Estas dos notas fueron publicadas en la página de Facebook. A su vez se realizó una tercer nota de agradecimiento y despedida al docente Raúl Vargas, quien se retiró de la universidad este año. La nota fue subida al blog de la Facultad con enlace en Facebook y Twitter.

⁷ ROJAS, Pedro, Community Management en una semana, 1. ED Barcelona: Grupo Planeta, 2011. [en línea] <http://books.google.com.co/books?id=wFrR2SeI160C&printsec=frontcover&dq=community+management+en+una+semana&hl=es&sa=X&ei=MmQaUe3sCsWE0QGz7YCIAQ&ved=0CDcQ6AEwAA> [Citado el 19 de enero de 2013]

Finalmente se subieron a las redes sociales los horarios de la inducción a la vida universitaria, así como los de las convivencias dirigidos a los estudiantes de primer semestre.

FEBRERO

En el mes de febrero y siguiendo dos de las funciones que debe desarrollar un Community manager según AERCO, Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales Social Media⁸, las cuales son hacer circular información obtenida internamente y encontrar vías de colaboración entre la comunidad y la empresa, se diseñó el volante y se promocionó la cátedra de reflexión, conversatorio: panorama de la radio comunitaria en Estados Unidos, el cual tuvo gran asistencia por parte de estudiantes y profesores, a este evento también se le hizo un cubrimiento fotográfico y se publicó en Facebook.

Así mismo se desarrolló una campaña en las redes sociales Facebook y Twitter, para que los estudiantes y egresados enviaran fotografías de buenos momentos vividos estos 15 años en la Facultad, campaña que ha tenido acogida y se han recopilado algunas fotos, que serán exhibidas durante la celebración de los 15 años de la Facultad de Comunicación Social- Periodismo que se llevará a cabo este año.

De igual forma este mes se empezó a felicitar a través de las redes sociales a estudiantes y docentes que estén cumpliendo años, esto con el fin de que sientan la Facultad como una familia.

⁸ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RESPONSABLES DE COMUNIDAD Y PROFESIONALES SOCIAL MEDIA, [PDF en línea] <http://www.maestrosdelweb.com/images/2010/04/community-manager.pdf> [Citado el 15 de noviembre de 2012]

A su vez se hizo una recopilación de las cátedras de reflexión que se han realizado en la Facultad, y de los premios y distinciones que han tenido los estudiantes de la Facultad.

Durante los seis meses de pasantía se logró aumentar el número de seguidores de nuestras redes sociales, al inicio de la pasantía la cuenta de Twitter tenía 271 seguidores y en la actualidad tiene 434, mientras que Facebook tenía 358 seguidores y ahora cuenta con 574. También se logró que estudiantes y docentes participaran más en estos medios, opinaran y comentaran lo publicado en cada uno de estos espacios de comunicación.

4. CONCLUSIONES

- Se logró mantener informados a docentes, alumnos y egresados mediante el uso de las redes sociales y aumentó el número de seguidores en cada una de estas redes.
- A pesar que se crearon reglas para el uso de la Fan page y de Twitter, se evidencia que gran parte de los seguidores en las redes sociales no las conocen o no las ponen en práctica.
- Se crearon aplicaciones y se subieron contenidos al blog con el fin de crear identidad y sentido de pertenencia, sin embargo nunca se evidencio que los estudiantes defendieran a la Facultad cuando habían comentarios ofensivos a la institución.
- Teniendo en cuenta las características de los contenidos web, se logró crear contenido propio y se evidenció que la información transmitida en imágenes o video es la que más capta la atención de los seguidores.
- La lecturabilidad del blog no es muy frecuente pero se evidenció que cada que se sube información los usuarios la leen.

5. RECOMENDACIONES

- Crear un plan de crisis, para cuando se presenten situaciones difíciles o de conflicto en la Facultad
- Establecer un manual de respuestas para responder a mensajes no adecuados que en algunas ocasiones los usuarios publican en las redes sociales.
- Hacer uso de las redes sociales para hacer publicidad de la Facultad, especialmente en época de inscripciones.
- Diseñar y aplicar una encuesta para evaluar la efectividad y lecturabilidad que tienen las redes sociales de la Facultad.
- Tener un monitor de ingeniería informática, para aprovechar más las posibilidades de crear aplicaciones valiosas para el uso de las redes sociales en pro de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

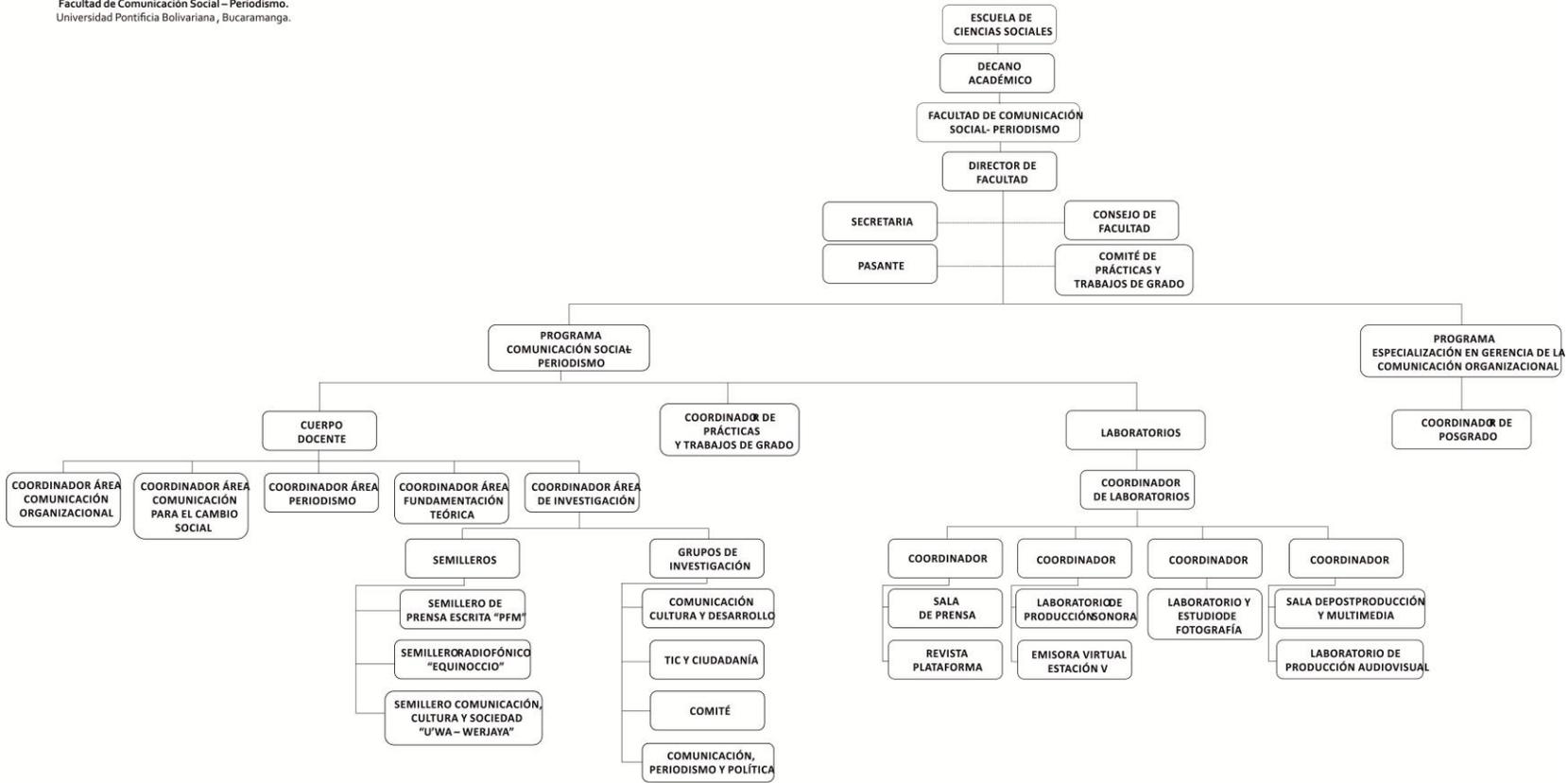
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTE DE ESPAÑA, Observatorio Tecnológico, Clasificación de redes sociales [en línea] <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3> [noviembre de 2012]
- SOMALO, Ignacio, Todo lo que hay que saber de Marketing Online y Comunicación Digital. Wolters Kluwer, España 2011
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RESPONSABLES DE COMUNIDAD Y PROFESIONALES SOCIAL MEDIA, [PDF en línea] <http://www.maestrosdelweb.com/images/2010/04/community-manager.pdf> [noviembre de 2012]
- FLORES VIVAR, Jesús y MIGUEL ARRUTI, Alberto. Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones en el mundo infodigital. Grupo Noriega Editores, México 2010. Pág. 132
- TOMSEN, Mai-lan , Contenidos Web: Estrategias para Comercio Electrónico y Creación de Contenidos, Pearson Educación, Madrid 2000.
- RUSBRIDGER, Alan. Diez principios del periodismo digital [en línea] <http://www.clasesdeperiodismo.com/2010/04/11/10-principios-del-periodismo-digital/> [noviembre de 2012]
- POLO, Fernando y POLO, Juan Luis. #Socialholic : Todo lo que necesitas saber sobre marketing en medios sociales, Gestión, Barcelona 2012
- NIELSEN, Jakob. Usabilidad: diseño de sitios web, Prentice Halla, Madrid 2000.
- SEO COLOMBIA POSICIONAMIENTO WEB. Facebook en Colombia. <http://www.seocolombia.com/blog/facebook-en-colombia/>
- FRANCO, Guillermo, Cómo escribir para la web: bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online, [PDF en línea] <http://knightcenter.utexas.edu/ccount/click.php?id=4> [Citado el 12 de noviembre de 2012]

- ROJAS, Pedro. Community Management en una semana, 1. ED Barcelona: Grupo Planeta, 2011. [en línea] <http://books.google.com.co/books?id=wFrR2Sel160C&printsec=frontcover&dq=community+management+en+una+semana&hl=es&sa=X&ei=MmQaUe3sCsWE0QGz7YCI AQ&ved=0CDcQ6AEwAA> [Citado el 19 de enero de 2013]
- ALEXA, THE WEB INFORMATION COMPANY [en línea] <http://bppserviciodeinternet.wordpress.com/2010/09/21/los-20-sitios-web-mas-visitados-en-colombia-segun-alexa/> [citado el 26 de febrero de 2013]

ANEXOS

Anexo A Organigrama

ORGANIGRAMA
 Facultad de Comunicación Social – Periodismo.
 Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga.



Facultad de Comunicación Social – Periodismo.
 Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.
 Km. 7 vía Piedecuesta. Oficina: H308.
 Tel.: (057) (1) 6796220 – EXT. 542.

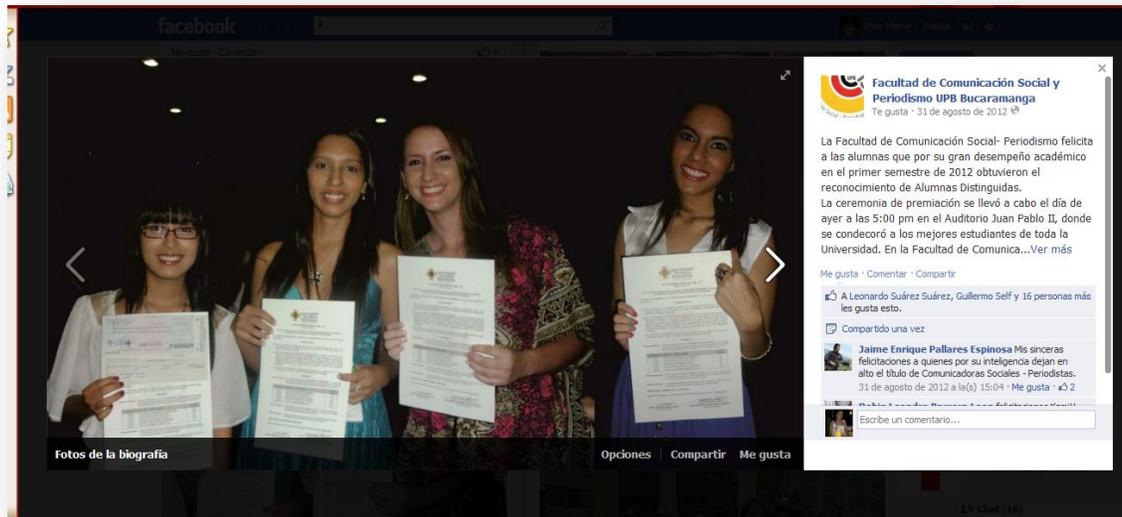
Anexo B: Promoción del día C

The image displays two promotional materials for the 'Día C' event. On the left is a flyer from Universidad Pontificia Bolivariana, featuring a large 'C' logo and the title 'Comunicación Organizacional: Encuentros y Transformaciones'. The flyer includes an agenda, a list of speakers, and presentation details for Wednesday, August 15, 2012. On the right is a screenshot of a Facebook post from the 'Facultad de Comunicación Social y Periodismo UPB Bucaramanga'. The post text reads: 'No lo olviden 15 de agosto todos invitados a la celebración del día C "Comunicación Organizacional: Encuentros y Transformaciones"'. It shows engagement metrics like 'Me gusta' and 'Compartido una vez'.

Anexo C: Cubrimiento de la celebración del día C

This image shows a Facebook page for 'Facultad de Comunicación Social y Periodismo UPB Bucaramanga'. The page features a photo gallery of the 'Día C' event. The gallery contains ten photographs showing various scenes: a woman speaking at a podium, a man speaking at a podium, a woman speaking at a podium, and several shots of the audience seated in a large hall. The Facebook interface includes the search bar, the page name, and a 'Te gusta' button.

Anexo D Cubrimiento ceremonia de alumnas distinguidas



Anexo E Café poema



Anexo F Cubrimiento de la participación de docentes en la Cátedra de Comunicación Unesco



Anexo G: Conversatorio “Panoramas y desafíos de la radio Universitaria”



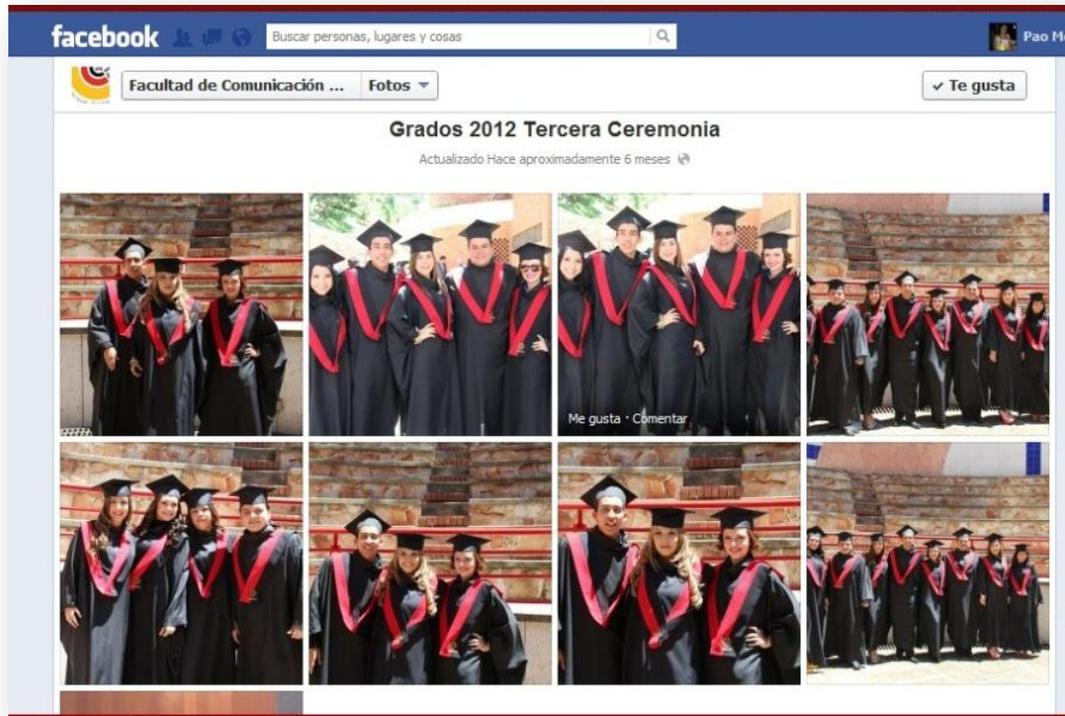
Anexo H Información sobre el proceso de equipamiento del estudio de televisión.



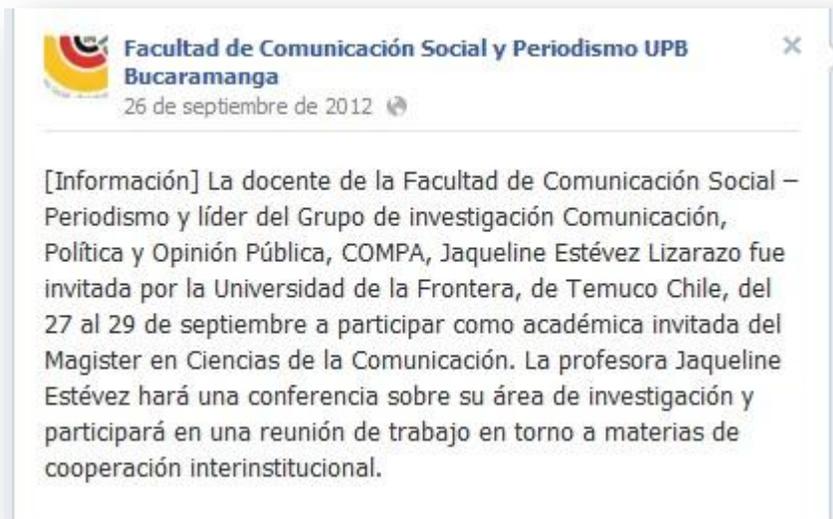
Anexo I Campaña contra el plagio, organizada por estudiantes



Anexo J: Grados



Anexo K: Información publicada sobre logros de docente



Anexo L Información publicada sobre logros de alumnos



Facultad de Comunicación Social y Periodismo UPB Bucaramanga
2 de octubre de 2012

[Noticia] El estudiante de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo, Juan Camilo Gómez Ángel, ganó medalla de oro en los 50 metros espalda de natación, durante el regional de clubes de Santander que se celebró el fin de semana en San Gil. De otro lado Juan Camilo y Sebastián Arguello representarán a la Universidad en el Nacional ASCUN el 16 de octubre en la ciudad de Cartagena.

Me gusta · Comentar · Compartir

13 1 1

Anexo M: Invitación a Jornada de integración Bolivariana



JORNADA DE INTEGRACIÓN BOLIVARIANA
VEN, TÚ HACES 19.09 LA UNIVERSIDAD 2012

Reproducir en ventana Guardar

Facultad de Comunicación Social y Periodismo UPB Bucaramanga
Te gusta · 11 de septiembre de 2012

Jornada de Integración Bolivariana

Jornada de Integración Bolivariana.
Ven, tú haces la universidad | 19.09.2012

Me gusta · Comentar · Compartir

A Astrid Dabey Pinzon, Claudia Duarte, Ghina Marcela y 26 personas más les gusta esto.

27 compartidos

Paula Castro Es suyo mujer?
11 de septiembre de 2012 a la(s) 22:10 · Me gusta

Facultad de Comunicación Social y Periodismo UPB Bucaramanga Programación de la Jornada de Integración Bolivariana
<http://www.upbga.edu.co/files/ub/ProgrIntBolivariana2012.pdf>
12 de septiembre de 2012 a la(s) 11:49 · Me gusta

Escribe un comentario...

Jornada de Integración Bolivariana Opciones Compartir Me gusta

Anexo N: Cubrimiento de la Jornada de integración Bolivariana



Anexo Ñ Jornada de Investigación UPB

invitada por la Universidad de la Frontera, de Temuco Chile, del 27 al 29 de septiembre a participar como académica invitada del Magister en Ciencias de la Comunicación. La profesora Jaqueline Estévez hará una conferencia sobre su área de investigación y participará en una reunión de trabajo en torno a materias de cooperación interinstitucional.

Me gusta · Comentar · Compartir

8 3

Facultad de Comunicación Social y Periodismo UPB Bucaramanga compartió un enlace.
21 de septiembre de 2012

Los Docentes de Comunicación Social- Periodismo, Johanna Paola Bejarano Barragán, Héctor Mauricio Gómez Mora y Alfredo Álvarez, participarán en la Jornada de Investigación: Avanzando en la Construcción de Redes del Conocimiento, que se real... Ver más

Jornada de Investigación

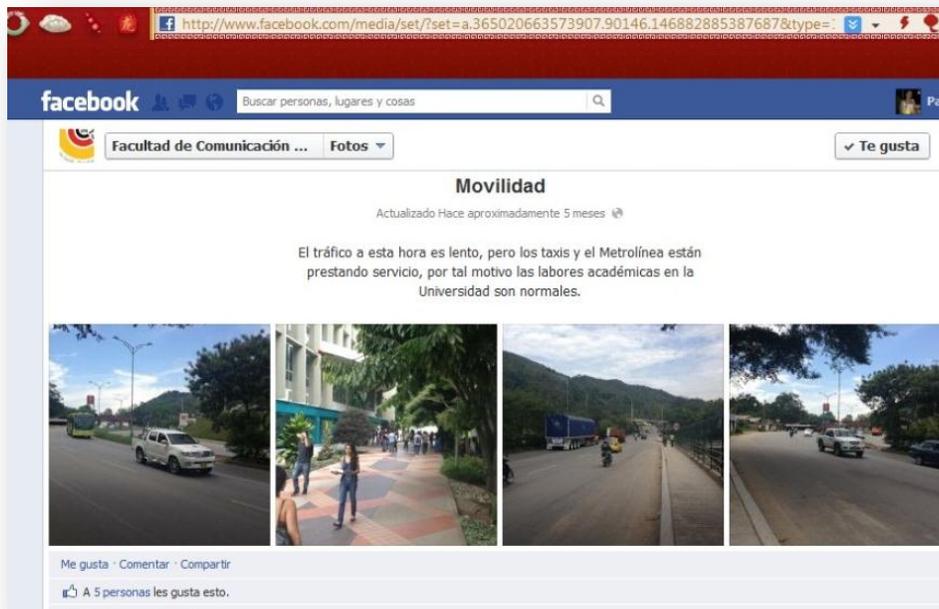
Jornada de investigación: Avanzando en la Construcción de Redes del Conocimiento UPB

Me gusta · Comentar · Compartir

7 1



Anexo O: Información sobre problemas de movilidad



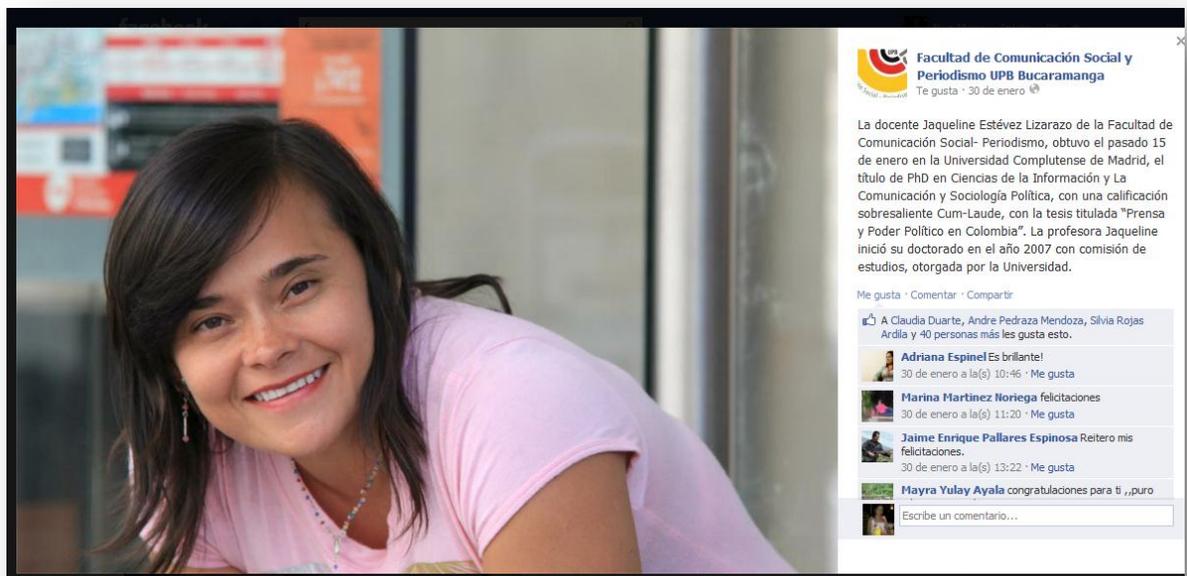
Anexo P: Noticias de logros de algunos egresados



Anexo Q: Bienvenida a la vida profesional



Anexo R: Nota sobre título obtenido por la docente Jaqueline Estévez



Anexo S: Hoja de vida de los docentes de planta en el Blog de la Facultad. [Link](#)

DOCENTES



— **Olga Beatriz Rueda** Directora
Facultad de Comunicación
Social Periodismo



— **Eliana Celis García**
Coordinadora de la
Especialización en Gerencia
de la Comunicación
Organizacional, Prácticas y
Pasantías y Docente del área

Anexo T: Premios obtenidos por la Facultad. [Link](#)

PREMIOS

2006

- Premio Regional de Periodismo "Luis Enrique Figueroa". Trabajo colectivo titulado: ¿A qué juegan los niños? Edición No. 12 Revista PFM (Sally Palomino, Érika Soto, Lina Fernanda Joya, Néstor Molina Valencia (ex docente UPB) y Daniel Solano)

2007

- Premio Regional de periodismo "Luis Enrique Figueroa". Artículo titulado: ¿Y dónde están los maestros? Edición No. 17 Revista PFM (Natalia Borrero)
- Premio Regional "Luis Enrique Figueroa", modalidad Radio (Paola Johana Otálora Erazo y Edgar Enrique García Téllez)
- Premio "A la Prevención de Riesgos" Armando Devia Moncaleano". Trabajo de grado 'El tema ambiental en la agenda informativa: análisis de contenido de la prensa local' (Yenny Rocío Rojas Núñez)
- Premio Visión 2007. UPB-Medellín. Mejor audiovisual. "Vuelve Campesino" (Frank Rodríguez)
- Muestra Sobre Arte Audiovisual "Enrique Grau". Festival de Cine Bogotá. Mejor

Anexo U: Nota escrita en el Blog agradeciendo al profesor Raúl Vargas por sus años de trabajo e la Facultad. [Link](#)

Posted on 25 de enero de 2013 -- Anterior Siguiente --

Éxitos al profesor Raúl Vargas

☆☆☆☆☆ Rate This



La Facultad de Comunicación Social – Periodismo, le agradece al profesor, Raúl Vargas Delgado, por sus 12 años de trabajo en la Facultad. Este docente se vinculó en el año 2001 y tuvo a cargo la asignatura, Expresión Gráfica, cátedra que desapareció con la reforma curricular del 2003, por lo que posteriormente asumió la asignatura, Taller de Medios Impresos, así mismo, a partir de 2005 direccionó las asignaturas, Teoría y Taller de Publicidad I y II.

Raúl Vargas le dice adiós a la Facultad, debido a que asume la Dirección del Departamento de Diseño en el Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín –ITM, en donde tendrá a cargo los Programas de Artes Visuales, Tecnología de Diseño Industrial e Ingeniería de Diseño Industrial.

Raúl Vargas se despide así de la que fue su casa durante 12 años: *“Quiero agradecer a las directivas de la Institución su confianza y credibilidad en mi trabajo, a los colegas docentes por su amistad y generosidad y a los estudiantes y egresados que han sido muy generosos con mí trabajo por permitir que me involucro a estos*

Anexo V: Nota publicada en el blog sobre egresada. [Link](#)

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS – DOCENTES CÁTEDRA DE REFLEXIÓN MATRÍCULA CONTÁCTENOS

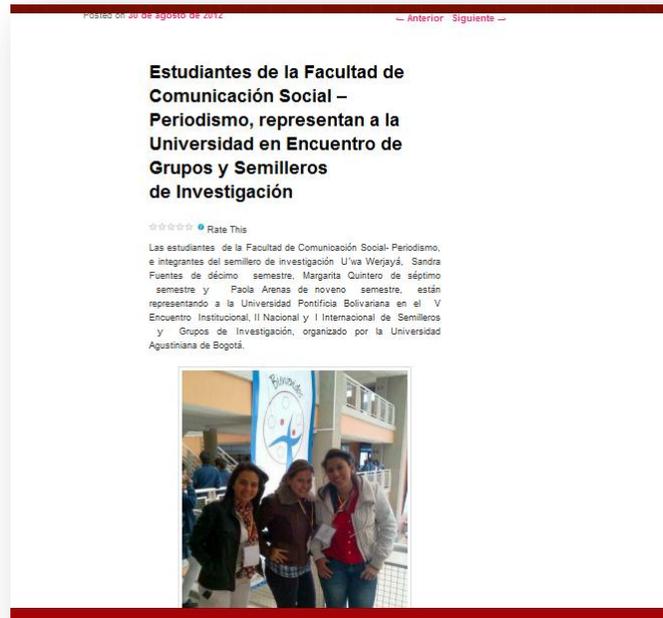
Posted on 6 de noviembre de 2012 -- Anterior Siguiente --

LA INVESTIGACIÓN ENRIQUECE EL CONOCIMIENTO

☆☆☆☆☆ Rate This



Anexo W: Nota publicada en el blog, sobre la participación de estudiantes en encuentro de grupos y semilleros de investigación en Bogotá. [Link](#)



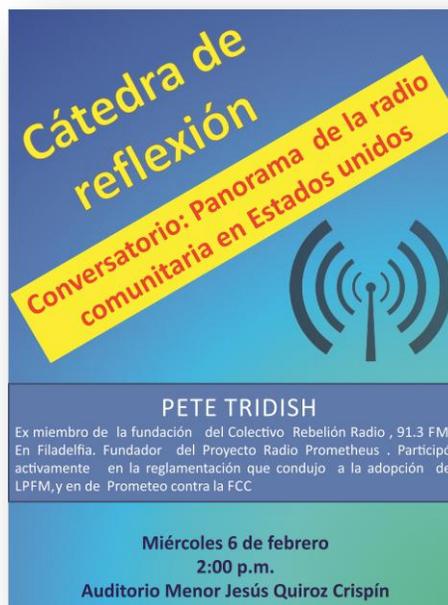
Anexo X: Nota publicada en el blog, sobre el nuevo edificio de la UPB . [link](#)



Anexo Y: Reglas de la Fan page. [link](#)



Anexo Z: Cátedra de reflexión: Panoramas de la radio comunitaria en Estados Unidos



Anexo Ab: Cátedra de reflexión: Frank Rodríguez

CÁTEDRA DE REFLEXIÓN
Facultad de Comunicación Social Periodismo

Apropiación social de las Tic en los colectivos de video comunitario en Colombia.
Investigación ganadora de la Beca de Investigación en Cine y Audiovisual en Colombia.
Ministerio de Cultura, 2012

FRANK RODRÍGUEZ
Comunicador Social. Candidato a Magister en Comunicación Digital.
Realizador de documentales y docente universitario

Lugar: Auditorio Juan Pablo II
Fecha: Miércoles 20 de febrero
Hora: 9:00 a.m.

VIDEOS, TIC, COMUNIDAD, COMUNICACIÓN, CINE, AUDIOVISUAL