

PRODUCCIÓN DE LA REVISTA OFICIAL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

IBES

Presentado por:

Jose Gregorio Hernández Sequeda

Cod: 1090515797

Director trabajo de grado:

PhD Orlando González Gómez

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social Ampliación Cúcuta

2023

Titulo: PRODUCCIÓN DE LA REVISTA OFICIAL DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA IBES

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Capítulo I: Problema	7
1.1 Contextualización	8
1.2. Planteamiento Del Problema	11
Capítulo II Marco de Teórico	12
2.1. Antecedentes	12
2.1.1 Internacionales	12
2.1.2 Nacionales	16
2.1.3 Locales y regionales	20
2.2 Bases Teóricas	27
2.2.1 Estrategia comunicativa	27
2.2.2 Comunicación Corporativa	28
2.2.3 Multimedia	30
2.2.4 Revistas Digitales	33

Capítulo III Propuesta de Producción	35
3.1. Presentación de la propuesta comunicativa	35
3.2. Objetivo	35
3.2.1. Objetivos Específicos	35
3.3. Público objetivo	36
3.4. Cronograma de producción	36
3.5. Etapa de preproducción	37
3.5.1. Selección de temas y fuentes a consultar según el desarrollo multimedia seleccionado	38
3.5.1.2 Fuentes	40
3.5.2. Investigación requerida para el desarrollo multimedia seleccionado	41
3.5.3. Diseño del esquema del desarrollo multimedia	42
3.7. Etapa de postproducción	42
3.7.1. Edición de los contenidos multimedia	42
3.7.2. Ficha técnica:	43

3.7.3. Evidencias semanales de cada publicación	45
--	-----------

3.7.3.1. Carta del sitio web que publicó la página web o aplicación desarrollada en papel membretado firmado por el representante legal	47
--	-----------

3.7.3.2. Resultados de los mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia	48
---	-----------

3.8 Conclusiones	50
-------------------------	-----------

3.9 Recomendaciones	50
----------------------------	-----------

4.0 Bibliografía	51
-------------------------	-----------

Resumen

La Institución Educativa Instituto Bolivariano de ESDISEÑOS no había contado con una herramienta comunicativa para el fortalecimiento de la participación en la comunidad interna y externa, es por ello que, al tener una revista digital como producto Multimedia, hace consigo un espacio donde dicha población tenga una oportunidad de ser partícipes de los procesos comunicativos de la Institución.

En este proyecto se construye y produce la revista de la Institución Educativa IBES, con el fin de crear un medio de difusión y fortalecer la identidad comunicativa de la población que hace parte de esta corporación, haciendo consigo la recolección de información y estrategias de difusión para llevar consigo un producto al alcance e interactividad de quienes van a leerlo.

Para ello se tuvo en cuenta la realización de las propuestas a hacerse que deberán llevar en su contenido, luego se conlleva a la recolección de información para redactar y realizar las tomas fotográficas, de acuerdo a la temática abordada en cada página, para que así se aluda al diseño seleccionado a través de la plataforma donde se realiza la posproducción del material Multimedia y luego ser publicado en los canales comunicativos oficiales de la Institución.

Con esta revista se comenzará a transmitir de manera consecuente una versión en cada semestre, con el fin de continuar el hilo comunicativo y poder resaltar la participación que se plasma dentro de la producción y las siguientes producciones, por parte del personal de la Instituto.

Palabras claves: Multimedia, Revista, Instituto, Digital

Abstract

The Educational Institution Bolivarian Institute of ESDISEÑOS had not had a communication tool to strengthen participation in the internal and external community, which is why, by having a digital magazine as a Multimedia product, it creates a space where said population has a opportunity to participate in the communication processes of the Institution.

In this project, the magazine of the IBES Educational Institution is built and produced, in order to create a means of dissemination and strengthen the communicative identity of the population that is part of this corporation, making with it the collection of information and dissemination strategies for take a product within reach and interactivity of those who are going to read it.

For this, the realization of the proposals to be made that must be included in their content was taken into account, then it leads to the collection of information to write and take the photographic shots, according to the theme addressed on each page, so that refers to the selected design through the platform where the post-production of the Multimedia material is carried out and then published in the official communication channels of the Institution.

With this magazine, a version will begin to be consistently transmitted each semester, in order to continue the communicative thread and to be able to highlight the participation that

is embodied within the production and the following productions, by the staff of the Institute.

Keywords: Multimedia, Magazine, Institute, Digital

CAPITULO I: Problema

1.1 Contextualización

El Instituto Bolivariano de Esdiseños IBES fue fundado en San José de Cúcuta el 28 de febrero del año 2002 en la Av. 8 con calle 8 de la ciudad, brindando una oferta educativa para los adultos.

Es considerado un Establecimiento de Educación No Formal por parte del Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia, mediante la resolución 000563 de 2004 de la Secretaria de Educación Municipal, el 14 de octubre de ese mismo año y bajo la resolución 000564 expedida por la Secretaria de Educación Municipal de San José de Cúcuta, la institución obtiene licencia de funcionamiento y reconocimiento de carácter oficial como un Establecimiento Educativo que ofrece Educación formal de adultos, establecido por la Ley 115 de 1994.

En el año 2005, y según resolución 001201, el IBES obtiene autorización oficial a nuevos programas de formación como una Institución de Educación No Formal, establecido por la Ley 115 de 1994.

En el 2006 se amplía la licencia de funcionamiento y reconocimiento oficial como una institución educativa privada legalmente constituida por el municipio de Cúcuta, según resolución 000513.

A finales del año 2007 y mediante resolución 002315, la Secretaria de Educación Municipal de San José de Cúcuta, concede licencia de funcionamiento oficial como establecimiento educativo bajo el nombre de COLEGIO BOLIVARIANO ESDISEÑOS, para desarrollar programas y planes de estudio de Educación Formal para Jóvenes y Adultos en los niveles de Educación Básica por ciclos en primaria, secundaria y media.

El IBES adquirió su propia sede en el año 2008 y desde entonces ofrece sus programas de formación en la Av. 3 # 13-43 Barrio La Playa, centro de la ciudad de Cúcuta.

Durante su trayectoria, la Institución Educativa ha logrado formar a más de 60.000 personas, contribuyendo con el desarrollo socio-económico de la región.

En sus servicios se encuentran las siguientes ofertas educativas:

- Bachillerato dos ciclos en uno, donde pueden culminar los grados decimo y once en un solo año, actualmente hay 510 estudiantes.
- Escuelas de formación que consta de carreras técnicas laborales con una duración de tres semestres académicos, actualmente hay 1.341 estudiantes, las ofertas son las siguientes:

- Enfermería
- Habilidades comunicativas del Inglés
- Auxiliar de medicina veterinaria
- Contable y financiero
- Asistente administrativo
- Diseño gráfico
- Peluquería
- Atención a primera infancia
- Chef de alta cocina
- Cosmetología y estética integral
- Salud Oral
- Servicios farmacéuticos
- Gestión en seguridad y salud en el trabajo

Así mismo, el instituto cuenta actualmente con 46 formadores académicos, con el objetivo de brindar una educación de calidad.

Las carreras e igual que el bachillerato tienen las modalidades diurna y nocturna. Donde se distribuyen de acuerdo a los grupos, con función de lunes a sábados.

El IBES inauguró en el presente año la segunda sede ubicada en la dirección calle 15 # 3-22 barrio La Playa en la ciudad de Cúcuta.

1.2. Planteamiento Del Problema

La Institución Educativa IBES plantean fortalecer su visualización e interacción comunicacional ante la comunidad externa de ellos. Dado a que la institución no cuenta con una revista institucional, se construirá este material que contará con la participación del personal de la Oficina de Comunicaciones del lugar.

Cabe resaltar que no es la única institución educativa de las características con las que cuenta el IBES, ubicada en la ciudad de Cúcuta, más aún en la ubicación en la zona céntrica donde se encuentra las instalaciones, es por ello, por lo que la competencia ante las demás instituciones influye en fortalecer un brazo comunicativo con el fin de afianzar la identidad de la corporación ante la comunidad interior y exterior.

Es por ello que se realiza esta revista con el fin de tener una conexión de manera directa entre el imaginario corporativo de la comunidad interior como un material en el cual se sientan visualizados y tener un espacio para participar en esta producción comunicativa. Así también la comunidad exterior a la institución tendrá la certeza que esta corporación le puesta al desarrollo social de la región a través de la educación en distintos niveles y en diferentes formas de aportar a la sociedad por medio de las actividades que hacen consigo un lazo comunitario entre la comunidad interior y exterior.

La revista favorecerá a la institución ya que será difundida de manera estratégica y masiva entre la comunidad interna como también a quienes hicieron parte de la entidad educativa como los exalumnos fortaleciendo esa conexión de identidad, demostrando ante la región y el municipio que pertenecer al IBES es símbolo de orgullo y calidad profesional en el desarrollo social y económico.

En el marco de este proyecto se hace la siguiente pregunta:

¿Cómo visibilizar la Institución Educativa IBES por medio de una revista?

Capítulo II Marco de Teórico

2.1. Antecedentes

2.1.1 Internacionales

El artículo, traducido del portugués, titulado “Análisis crítico de una Revista Institucional: Las Memorias de Instituto Oswaldo Cruz” (1993) de Antonio Agenor Briquet de Lemos, investiga sobre la publicación exclusiva de dicha institución y los cambios que ha tenido en el paso del tiempo que lo llevaron a convertirse en un periódico, examinando las condiciones que llevaron a que se convirtiera en un medio para la diseminación de conocimiento producido en el Instituto Oswaldo Cruz.

El artículo se convierte en una opción de presentar este medio en un ámbito internacional, para que compita en dicho mercado, generando preguntas sobre el rol de los diarios brasileños especializados para la creación científica.

El trabajo esclarece primero que una revista institucional es una publicación periódica vinculada exclusivamente a los intereses y objetivos de una determinada organización.

En el artículo se muestra como en el año de 1989, la revista institucional del Instituto Oswaldo Cruz genera un cambio en sus políticas para abrir paso a la colaboración de editores asociados en diferentes áreas de conocimiento científico para estimular la presentación de artículos y revisiones de alta calidad científica y no depender de un editor.

El artículo expone, como, para el caso de dicha revista institucional brasilera, que una de las ventajas es que su financiamiento puede ser garantizado por la institución a la que pertenece, mientras que otras revistas de organizaciones científicas deben negociar la obtención de recursos estatales o privados que son distribuidos por las agencias de financiamiento.

El artículo analiza como el mote de “Producción y consumo de conocimientos científicos dentro de Brasil” ubica a la ciencia nacional en contra de la ciencia internacional; pero que al afrontar a partir de 1980 el desafío casero, pasa a ser una revista científica orientada a un mercado internacional de consumidores de información.

Este cambio llevó a que los investigadores brasileños fortalecieran sus estudios, llevando a que publicaran sus investigaciones en revistas locales, este trabajo tendrá como eje fundamental servir como un medio de difusión en el cual van a demostrar sus habilidades y también las actividades que realizan de forma individual y colectiva, proponiéndose

interactuar con la comunidad interna y externa, convergiendo al uso de herramientas y formas comunicativas pertinentes en el desarrollo de la comunidad beneficiada.

Otra investigación, es el artículo “Redes de coautoría y colaboración institucional en Revista de Neurología” (2008) de firmado por seis autores reafirma la importancia de la cooperación científica para el avance científico, así como del uso de indicadores bibliométricos y análisis de redes sociales en torno a las colaboraciones en las publicaciones científicas, siendo el caso de la Revista de Neurología en el periodo 2002 a 2006 el objeto de estudio en este trabajo investigativo.

En el trabajo se identificaron “las coautorías y relaciones de colaboración institucional, calculando el índice de firmas por trabajo, los patrones de colaboración de los autores e instituciones más productivas, se han cuantificado los tipos de colaboración entre instituciones y se han construido las redes de coautoría y colaboración institucional.”

(González-Alcaide, G., Alonso-Arroyo, A.,González de Dios, J., Sempere, A. P., Valderrama-Zurián, J. C., & Aleixandre-Benavent, R. 2008)

El trabajo también enmarca la importancia de la cooperación científica para el progreso de la ciencia, porque permite abordar con eficiencia problemas complejos, completar insuficiencias y posibilitar el alcance de masa crítica para el avance de conocimiento.

“ Los indicadores bibliométricos, así como el análisis de redes sociales aplicados al análisis de la colaboración en las publicaciones científicas, permiten identificar los principales grupos y redes de trabajo que están generando una producción científica activa en un área de conocimiento, más allá de las estructuras cooperativas formales existentes” (González-

Alcaide, G., Alonso-Arroyo, A., González de Dios, J., Sempere, A. P., Valderrama-Zurián, J. C., & Aleixandre-Benavent, R. 2008) y los resultados arrojaron, que, al existir un cluster de autores, significa el reflejo de un mayor grado de colaboración interdisciplinario así como un alto grado de visibilidad de publicaciones españolas en el extranjero.

En otra investigación el artículo del editor en jefe de la revista médica Herediana de Lima (Perú) Juan Miyahira titulado “¿Más revistas científicas o repositorios institucionales de acceso abierto?” (2011) reafirma la importancia de la publicación científica para el desarrollo y prosperidad de un país en materia investigativa, donde el número de publicaciones se convierte en el reflejo de la producción científica de un país.

El problema recae en la relatividad con la que se crean revistas que no pueden mantener continuidad, por falta de planificación y profesionalización de la labor editorial; así como la falta de artículos y de financiamiento.

El autor argumenta también sobre el desconocimiento de los procesos de edición de publicaciones periódicas científicas por parte de los entes gubernamentales.

El artículo es importante porque exige a mejorar los parámetros para la producción científica de los entes educativos, además de llevar a que dichos entes educativos propendan para mejorar los formatos de publicación de artículos.

Miyahira (2011) propende por un sistema de arbitraje para velar por la calidad del contenido publicado en las revistas, ante el principio de que “los editores no pueden ser expertos en todas las disciplinas” (Miyahira, 2011) optando por revisiones por parte de especialistas ajenos a la institución educativa, o compartiendo los artículos en sitios web

para la revisión por parte de la comunidad científica, con espacio abierto para comentarios y observaciones.

Miyahira (2011) expone los beneficios de la publicación en línea, porque simplifican los procesos editoriales, además de incorporar audio, video y bases de datos investigativas, gracias al software comercial o libre, como es el caso de Open Journal System; sistema de gestión y edición de revistas electrónicas, desarrollado por el Public Knowledge Project (PKP), un organismo canadiense conformado por las Universidades British Columbia y Simon Fraser, para mejorar y ampliar el acceso a la investigación.

2.1.2 Nacionales

El artículo “Indicadores bibliométricos, redes de coautorías y colaboración institucional en revistas colombianas de psicología” de José Hernando Ávila- Toscano, Ailed Marengo-Escuderos y Camilo Madariaga Orozco publicado en el año 2014 muestra que, para ese año, “ los avances alcanzados con la aplicación de los desarrollos tecnológicos al escenario académico y científico han contribuido a la reducción de las distancias estructurales, personales y espaciales entre investigadores e instituciones de diversas latitudes” (Ávila-Toscano, Marengo- Escuderos y Orozco, 2014) permitiendo la integración de la comunidad académica internacional a los procesos de conectividad cooperativa, generando comunidades de expertos para el trabajo conjunto con pares alrededor del mundo; aumentando, por consiguiente, los espacios de producción de revistas científicas, porque al aprovechar el uso de plataformas tecnológicas se cuenta con mayor difusión y alcance.

Los autores afirman que en Colombia se han producido avances en la materia, gracias a la conformación de comunidades científicas que llevan a mayor producción, colaboración entre autores, centros y grupos de investigación.

Gracias a un estudio bibliométrico, de tipo descriptivo, con corte retrospectivo y enfoque cuantitativo, en el artículo se exponen los resultados de la selección de seis revistas de psicología en Colombia, analizando indicadores bibliométricos de producción y las formas de vinculación entre autores e instituciones, para determinar la estructura general de la red de coautorías, grupos y posición de los individuos u organizaciones.

En una de las líneas analizadas se refleja el alto porcentaje de artículos de estudios no experimentales en contraposición a la investigación básica. También se mostraron los niveles de coautoría, demostrando que entre Colombia y España hay amplios márgenes de asociación productiva, demostrando la disposición para una interrelación de manera cooperativa para la producción investigativa, agregándose a redes de trabajo científico, ampliando las posibilidades de colaboración, accediendo a más y mejores recursos al favorecer la calidad investigativa y movilidad entre investigadores.

La importancia de este antecedente se basa en el aporte significativo para el análisis de producción científica que se genera en las revistas colombianas enmarcándolas en una esfera latinoamericana, reconociendo las condiciones que limitan las posibilidades de análisis de resultados al analizar pocas revistas, resaltando la necesidad de incluir todas las publicaciones indexadas de Colombia e Hispanoamérica, además de considerar indicadores de cocitación como criterio de estudio o la interdisciplinariedad.

Entre las fortalezas están las oportunidades de circulación, ponderación y fortalecimiento de lazos cooperativos, interpersonales, interinstitucionales e interculturales gracias a las revistas , con la construcción de redes de coautoría y colaboración científica que generan comunidades académicas e investigativas aumentando la posibilidad de compartir y difundir conocimiento mediante la circulación de revistas, incorporando canales tecnológicos.

El artículo insta a que se hagan investigaciones para que los entes gubernamentales orienten sus políticas de ciencia y tecnología para integrar redes de autores e instituciones para fomentar la cooperación extramural, proporcionar incentivos y articular dinámicas en los procesos de financiación de la investigación.

En otro artículo, el editorial de Francisco Ochoa Medina titulado “De la importancia de las revistas institucionales” (2014) expone la realidad sobre las publicaciones institucionales en Colombia en la década anterior, donde había 505 revistas indexadas en el Índice Bibliográfico Nacional (Publindex) aseverando que muchas otras no alcanzan a cumplir los requisitos para ser reconocidas como revistas institucionales.

Medina expone que estas revistas provienen no solo de instituciones educativas sino también de “empresas, del sector público, de entidades de investigación, entre otros, y que abarcan los más diversos campos del saber, cumplen su función primordial de servir para la difusión del conocimiento y la reflexión sobre el mismo.” (Medina, 2014)

Para Medina (2014) es importante resaltar la existencia de dichas revistas porque, en sus palabras “sirven de escuela de aprendizaje en todo el largo (y a veces difícil) proceso de aprender a escribir en "modo científico". En segundo lugar, estas revistas son el nicho natural para difundir la investigación y el conocimiento locales o que no son de interés en el ámbito nacional y menos en el internacional.” (Medina, 2014).

Así mismo, para Medina (2014) estas revistas sirven de espacio de práctica para escritores novatos, un arte en el que no se ofrece, en la mayoría de los casos, formación, y en donde los miembros del comité editorial y científico hacen las veces de tutores metodológicos de investigación, redacción científica, corrección de estilo, entre otros.

El artículo “Normatividad universitaria y creación de spin-off: Un análisis empírico de Antioquia, Santander y Norte de Santander” (2022) de Alejandro Quiñonez Mosquera relata la creación del medio Spin-off Universitarias como “ mecanismo de transferencia de conocimiento desde las instituciones de educación superior (IES) hacia el mercado! (Mosquera, 2022) denominándola un fenómeno por el impacto en el tejido productivo de la economía.

El artículo identifica tres perspectivas para abordar el estudio de Spin- Off Universitarias , que son el énfasis en las capacidades de las empresas para aprovechar el conocimiento universitario; las configuraciones organizacionales de como las instituciones dan forma a la revista e influye en su crecimiento y el ecosistema del emprendimiento que parte del emprendedor y de como la institución educativa transfiere el conocimiento al mercado.

La investigación se enmarcó en una perspectiva institucional, indagando sobre la influencia de las características de las instituciones educativas asociadas a la creación de revistas institucionales.

En las conclusiones se encuentra la importancia de la financiación por parte de las instituciones educativas a las revistas institucionales, como una atracción para capital de riesgo, y en ese sentido, la disponibilidad de recursos la da el ecosistema de emprendimiento, siendo este financiamiento un desafío a superar.

Se logró determinar también que la literatura presenta diferentes dimensiones, como la individual, institucional y contextual, y que los elementos se encuentran modelados en un contexto denominado ecosistema de emprendimiento universitario, y que los estudios en esta área aportan a estudios a nivel nacional.

Es importante también evaluar los intereses de diferentes actores en la creación de una revista institucional, buscando generar los incentivos adecuados para que los académicos participen en la transferencia de conocimiento y las instituciones educativas tengan un papel más activo en ese fenómeno en el contexto colombiano.

2.1.3 Locales y regionales

El artículo “Análisis del pensamiento estratégico para la competitividad en instituciones públicas de educación superior en el Norte de Santander” de Jorge Herrera Rubio y Orlando Hernández (2017) presenta los resultados de una investigación descriptiva y explicativo, de diseño no experimental y campo transeccional, que analiza el pensamiento estratégico para la competitividad de dos instituciones de educación superior de Norte de

Santander, encuestando a 50 líderes administrativos a través de una encuesta, observando variables de pensamiento estratégico y competitividad por medio de siete dimensiones y veintitrés indicadores.

En los resultados se demostró que se necesitan realizar ajustes en la estructura funcional y organizacional de dichas instituciones para que sean más competitivas en el mercado, en aspectos de precios, flexibilidad en productos, innovación, mejoramiento continuo, liderazgo estimulante e inteligencia ejecutiva, impactando el interior de la organización de acuerdo a las demandas y necesidades de la sociedad.

Para ello, el artículo propende por la implementación de nuevas estrategias en los planes de gestión con una visión de futuro para mantenerse ante las amenazas del entorno, como lo es la globalización, fomentando el pensamiento estratégico, destacando las fortalezas para llevar a cabo el objeto misional con base en los objetivos propuestos con la participación de todos los miembros de la organización, enfocándose en la experiencia y capacidad del personal organizativo, explotando esas habilidades y competencias que ayuden a mejorar el desempeño propositivo en el sector de la educación superior.

Según el artículo, la globalización genera una explosión de nuevos conocimientos, que permiten el reconocimiento de las instituciones educativas a nivel mundial como agentes generadores de cambio que reducen la diferencia científica entre países.

La evolución de las sociedades enmarca la importancia para que las instituciones educativas busquen un enfoque de orientación empresarial, trabajando en conjunto con agentes externos, grupos o centros de investigación para apoyar la innovación tecnológica de productos, productividad y competitividad en mercados globales, gracias a un

conglomerado de actividades, actuaciones, cambios y procesos, influenciados por el pensamiento estratégico como herramienta para proporcionar una visión de futuro empresarial basada en hechos, estrategias y acciones.

Uno de los indicadores de la investigación, denominado Empresa, enfatiza en la necesidad de desarrollar la habilidad intelectual para superar las condiciones actuales y pensar en el potencial de negocio, así como el análisis interno de fortalezas y debilidades de la institución educativa; mientras que el indicador denominado Entorno prioriza la necesidad de potenciar la capacidad de los factores para repensar las estrategias.

Otro indicador que potencia la necesidad de implementación de herramientas como las revistas institucionales es el de Eficiencia, que indica que mientras más alto sea el grado de productividad o economía en el uso de recursos, más eficiente es la organización.

Otro indicador importante es el de Innovación, que sugiere la incorporación de innovación tecnológica para reducir costos y mejorar la diferenciación, que se une al indicador Liderazgo En Costos, en donde las instituciones educativas deben enfocarse en la reducción de costos a partir de la experiencia, optando por ser diferentes y elegir libremente entre un conjunto de actividades que permitan crear combinaciones únicas de valor.

El indicador de Diferenciación intenta proyectar una identidad propia, consolidada en el producto o servicio, que la diferencie de la competencia.

En el artículo se concluye que las instituciones educativas deben adaptarse a un modelo de escuela más abierto, sistémico y evolucionista perfilado en cambio permanente por el entorno, optimizando las posibilidades de supervivencia institucional con planes de acción, estableciendo elementos de pensamiento estratégico para afrontar los problemas,

fortaleciendo la participación de todos los miembros “divisando el horizonte hacia la toma de decisiones más acertada en el plan de gestión.” (Rubio, Jorge E. Hernández , Orlando , 2017)

También se concluye la necesidad de desarrollar la habilidad intelectual para repensar el futuro inmediato deseado, percibiendo un enfoque de estrategias y recursos, con procesos centralizados en la administración , con asignación limitada y precaria, adaptando los objetivos, planeación de estrategias y asignación de recursos que ameritan la adaptación de objetivos, planeación de las estrategias y asignación de recursos por medio de la implementación de servicios comerciales que le permitan crecer y posicionarse ante la competencia, haciendo necesario un proceso de reingeniería, reformulación de estrategias para la viabilidad financiera en mediano plazo “esto implica el entrenamiento y auto desarrollo permanente con miras a fortalecer la gestión del conocimiento del personal de toda la organización.” (Rubio, Jorge E. Hernández , Orlando , 2017)

El artículo también recomienda el desarrollo de actividades de capacitación permanente basadas en el desarrollo personal, la innovación, la inteligencia emocional, la gerencia estratégica, la gestión del conocimiento, entre otras; así como el desarrollo de alianzas con el sector industrial y comercial de la región y el país para generar impacto social, aplicando programas de fortalecimiento en el liderazgo de los coordinadores y líderes, consolidando equipos de expertos, aplicando técnicas de innovación en la administración sobre nuevas tendencias y estrategias en la gestión, liderazgo y competitividad.

El artículo “Gestión universitaria: brechas entre los discursos institucionales y las realidades escolares” (2017) de Audín Aloiso Gamboa-Suárez “muestra un análisis de los principales enunciados que forman parte de las políticas de gestión de una universidad

pública en Norte de Santander, Colombia y dos programas académicos de la misma institución acreditados de alta calidad.” (Suárez, 2017) partiendo del discurso vertical cualitativo, para comprender el sentido “que la institución da a la gestión de la docencia, la investigación, la autoevaluación y la internacionalización.” (Suárez, 2017)

Los resultados permitieron develar “que la gestión institucional desde los discursos y las políticas presentan una armonización de las acciones administrativas con las dinámicas de docencia, investigación y extensión.” (Suárez, 2017) concluyendo que algunos de estos discursos no operan en las realidades de las instituciones, quedándose en un campo teórico.

Según Lavin y Del Solar (2000), la gestión en el ámbito educativo corresponde a las actividades relacionadas con elementos administrativos y financieros, y las formas con la que los directivos, docentes y estudiantes se organizan; junto a la fijación de calendarios, horarios, espacios y otros elementos organizativos; configurándose como el conjunto de acciones que emprende el equipo directivo de una institución para promover y posibilitar la consecución de la intencionalidad en la comunidad educativa.

Lavín y Del solar (2000) también plantean que la gestión educativa o gestión escolar posee seis dimensiones: pedagógica curricular que es la razón de ser de la institución en la sociedad; administrativa financiera correspondiente a la distribución del tiempo, el espacio, el recurso humano y los aspectos financieros de la institución; organizativa- operacional, referente a la organización del cuerpo de docentes y directivos, departamentos administrativos, departamentos académicos, comisiones, entre otros. Comunitaria, que aborda la relación de la institución con el sector externo (sociedad, empresa, organizaciones culturales); de convivencia que garantiza el clima organizacional entre los diferentes

actores educativos y establece las normas internas del actuar en la institución; y sistémica que establece la relación entre la institución con otras instituciones del sistema educativo.

El artículo se incrusta en el concepto de gestión de la calidad educativa como modelo para hacer frente a las demandas de la sociedad, aportando tecnología para lograr organizaciones más eficientes y orientando a las personas implicadas como razón esencial de los procesos, traduciéndose en mejora continua y los resultados en valor agregado. (Municio, 2000)

Ante estos preceptos conceptuales, el artículo muestra un estudio cualitativo “donde se analizan y discuten las políticas y discursos institucionales que configuran las dinámicas estructurales tangibles e intangibles de la realidad universitaria, formulando como pregunta: ¿cómo se configuran los discursos y las políticas institucionales sobre gestión de una universidad pública en Norte de Santander?” (Suárez, 2017), adoptándose una postura epistemológica que ofrece las herramientas de análisis para descifrar los datos recolectados; así como un estudio de orden hermenéutico como fundamento de trabajo.

En los resultados se analizan las subcategorías que surgieron del estudio, que son gestión docencia, un factor determinante en la calidad educativa, porque garantiza la enseñanza, docencia e investigación, prevaleciendo la formación del recurso humano en maestría, doctorados y diversas competencias genéricas y específicas.

Otra subcategoría es la gestión de la investigación que, en materia del sujeto de estudio de este artículo, la Universidad Francisco de Paula Santander, se basa en la promoción de una cultura de generación, transferencia y aplicación de conocimiento que propenda por el desarrollo económico, social y cultural de Norte de Santander y Colombia; fortaleciendo

grupos, semilleros y centros de investigación; articulándose con el sector productivo y la sociedad, promocionando actividades de aplicación y apropiación del conocimiento.

La subcategoría de autoevaluación institucional se basa en un proceso de comprensión e interpretación analítico y pedagógico con el objetivo de apuntar a la mejora de la institución, y las acciones que llevan a estos procesos son la información documental, las encuestas y los logros.

En el proceso auto evaluador se deben involucrar a todos los actores que hacen parte del contexto educativo, porque dicho proceso fracasaría sin el apoyo y la gestión institucional.

El editorial de la revista Aibi titulado “Aibi, una revista para la difusión del conocimiento científico” (2016) redactado por José Armando Santiago Rivera refuerza la importancia sobre la persistencia, perseverancia y constancia necesaria para mantener el ritmo progresivo de una iniciativa editorial encargada de divulgar planteamientos reveladores del esfuerzo institucional, así como la difusión de conocimientos y experiencias derivadas del ejercicio investigativo.

En el editorial también se demarca la importancia de visibilizar la misión institucional y consolidar un espacio para socializar la labor perseverante de los investigadores ante las exigencias de la sociedad contemporánea y los desafíos del momento histórico, promoviendo el cambio social y la gestión de transformación integral del país hacia el progreso y desarrollo, aportando teorías y metodologías.

El editorial permite entrever que una revista institucional se convierte en una extensión del instituto “En esa iniciativa valora el hecho que conocer ya no es solo exclusividad del método hipotético-deductivo, sostenido en los fundamentos del positivismo, pues en la

renovación paradigmática y epistemológica se plantean otras opciones científicas establecidas en teorías y métodos emergentes y coherentes con lo estudiado.” (Rivera ,2016) asumiendo los objetos de estudio desde la perspectiva de sus actores, más allá de las estadísticas.

El editorial propende por una revista con una visión transdisciplinaria, divulgando diversos temas y problemáticas, destacándose las transformaciones que experimentan los docentes en la formación para la convivencia y paz.

La editorial finaliza con la importancia de institucionalizar un medio académico e investigativo que lleve "implícito la loable iniciativa de ofrecer planteamientos reveladores del nivel de productividad investigativa al apostar por colocar al alcance de los inquietos estudiosos en las diversas regiones del mundo globalizado los temas y problemáticas enunciados, gracias a su inserción en la red electrónica.” (Rivera, 2016)

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Estrategia comunicativa

Según Daniel Scheinsohn, en su obra “Comunicación Estratégica” (2009), entiende que, en la articulación de la imagen corporativa, acciones y mensajes están indisolublemente ligados; La coherencia entre las acciones y los mensajes es fundamental. Las acciones y los mensajes deben coincidir para minimizar el riesgo de caer en la ingobernabilidad comunicativa absoluta. Si bien es cierto que la imagen puede funcionar como elemento eficaz de Manipulación económica, nunca debemos perder de vista el objetivo estratégico estamos buscando. Solo cuando el objetivo estratégico está definido podemos hacerlo para

determinar, además de la ética con fines analíticos, si este es el caso es útil o no. P 15. Por otra parte, según el mismo autor Scheinsohn en el mismo año (2009), la comunicación estratégica es una interactividad, una hipótesis de trabajo que sustenta los procesos de significación, ya sea en las empresas o en otro sujeto social. p. 17

En su artículo Hacia una teoría comunicativa de la Diplomacia Pública, Manfredi (2011) señala que la comunicación brinda nuevas herramientas que complementan las funciones clásicas de informar, educar y entretener. Sin dejar de lado las acciones de diplomacia cultural (literatura, cine, música, programas educativos o de formación profesional) o la programación de programas internacionales de radio y televisión, la acción en el exterior exige la inclusión de la comunicación como eje estratégico para la producción de mensajes, así como la sus actividades específicas de formación y Las estrategias de comunicación en la diplomacia pública han sustituido a las medidas de diplomacia cultural que caracterizaban este campo de trabajo. La revolución tecnológica ha reducido los costes de producción y ha permitido aumentar el número de informativos y canales, al tiempo que ha eliminado las barreras geográficas a la distribución de contenidos. Los nuevos medios, caracterizados por su impacto global en tiempo real, han cambiado el diseño de la diplomacia pública. Dada la larga duración de las acciones tradicionales (programas educativos o viajes culturales), la comunicación requiere un marco más concreto y transparente (Manfredi, 2011, p 215.)

2.2.2 Comunicación Corporativa

Por su parte, Soto (2006): “Los objetivos de la comunicación organizacional crean una imagen sólida; fortalece la identidad organizacional; lograr una identificación universal a través del uso oportuno y significativo de los diferentes canales, medios y herramientas de comunicación” p. 7 De esta forma, la estrategia se convierte en un aliado para dar a conocer a toda organización. Además, según el autor, posibilita el conocimiento y la coordinación de actividades entre las distintas direcciones corporativas.

- * Fortalece la interacción y participación activa de todos los trabajadores de la empresa.
- * Fomenta el trabajo en equipo a través de las diferentes relaciones entre áreas.
- * Genera ambientes favorables que contribuyen a mejorar las condiciones físicas y humanas del trabajador.

Según Carbone, en el artículo “Entrevista a Joan Costa Reflexiones sobre la comunicación corporativa” (2006), Giancarlo “La comunicación dentro es el “ser orgánico”, mientras que la empresa es un organismo vivo y actuante, una organización de personas y centro de comunicación. sistema nervioso y el flujo de la vida. Y al mismo tiempo, la comunicación es el “ser social” en tanto que la empresa se inserta y se relaciona con una determinada sociedad. Finalmente, la imagen es la consideración, la valoración que la empresa merece por parte de los diferentes públicos, más o menos implicados, más o menos indiferentes. La imagen está formada por la confianza, la credibilidad, la preferencia (o lo contrario) que la sociedad deposita en la empresa. Esto incluye la forma de actuar y actuar tanto dentro como con el medio ambiente; su capacidad para comunicarse y construir relaciones internas y

externas; y como consecuencia de todo ello, la forma en que la sociedad ve a la empresa y su desempeño, evalúa, actúa y expresa sus opiniones. Esta concepción es absolutamente lógica y transversal. Giancarlo Carbone (2006) pág. 226.

Por su parte, Carrillo Ojeda, Emilio, (2016) en su artículo Cibernética y Comunicación Corporativa. La comunicación basada en el perímetro corporativo pretende crear empatía entre los mensajes que la empresa o institución transmite a un público específico y el entorno que absorbe esta información. La percepción pública es una de las referencias más importantes que la organización no debe ignorar; Todo lo contrario, porque el juicio y las decisiones que tomen dependerán de lo que implique una reacción al mensaje, que debe ser ante todo una reflexión positiva. Gracias a la identidad corporativa, el conjunto de símbolos, comunicación y procedimientos de una organización, basados en la visión y misión, representa ante los ojos de la sociedad toda la personalidad de la organización, plagada de características, cualidades y defectos. Otros juicios tienden a ver la identidad de una organización como parte de las experiencias cotidianas: servicio, operaciones, gestión, planificación, etc., y en cada una de estas rutinas la organización realiza una proyección de lo tangible e intangible, o una representación de sí misma, a los diversos grupos de personas con las que interactúa. Carrillo Ojeda, Emilio, (2016)

2.2.3 Multimedia

Salaverria, Ramón (2001) en el artículo “Aproximación al concepto de multimedia desde el nivel comunicativo e instrumental”, sobre la integración multimedia instrumental como avance de la comunicación, Internet y los canales de comunicación digital en general (como satélites y fibra óptica, cables) están impulsando profundos cambios en los medios. Ante un trasnochado escenario de competencia entre los medios tradicionales, en el que prensa, radio y televisión se disputaban entre sí la difusión de la noticia, se consolida un panorama de complementariedad entre medios, en el que se destaca el objetivo de las empresas de comunicación a través de sus diferentes medios de comunicación para ofrecer una información más amplia, completa y permanente. Estas empresas ya no quieren ser las primeras en difundir las noticias del, sino que buscan monopolizar la atención de los ciudadanos el mayor tiempo posible brindando continuamente información y entretenimiento a través de múltiples canales. Incluso a riesgo de una sobrecarga de información, quieren alentar a las audiencias a consumir constantemente información sobre los diversos medios del grupo. Salaverria, Ramón (2001)

Según García (1998), en su publicación "Internet en el contexto de la comunicación multimedia: una herramienta para el desarrollo científico en la educación", la edición electrónica da un paso más al utilizar la red como medio de difusión de todo tipo de documentos. Y no sólo como una tecnología útil para localizar referencias bibliográficas. En este sentido, las líneas de desarrollo de la red apuntan a la publicación de textos multimedia. Las publicaciones científicas muestran un predominio del código escrito, típico de otros mecanismos más clásicos de difusión del conocimiento. El autor también cita: "Por otro lado, hay un número creciente de referencias a actividades científicas y académicas sobre cualquier tema de interés, ya sea que esa información sea proporcionada por

organizaciones o por individuos, quienes actualizan la información con una frecuencia variable". Todos estos aspectos redundan en numerosas posibilidades para el desarrollo de actividades de comunicación e información científica, que no sólo pueden ser vistas de forma aislada, sino también sinérgicamente por su retroalimentación mutua. Sin embargo, como nos muestra la evolución histórica en relación con otros instrumentos de carácter simbólico hechos por el hombre, la aparición de esta tecnología no elimina a las anteriores, sino que las integra y transforma. Además, ésta no surge fuera de la vida social, sino que se desarrolla a petición de ésta y en el marco de las actividades sociales.” (García 1998, p.106.)

Aguado, Juan Miguel y Martínez e Inmaculada José, en la publicación Sociedad móvil. Tecnología, Identidad y Cultura (2008) La perspectiva cultural, los usos sociales del gadget más de moda del siglo XXI, su importancia para la socialización de las nuevas generaciones y sus oportunidades de negocio como futuro representante de la comunicación multimedia en los sectores culturales son algunas de las principales áreas de estudio que se ofrecen en este trabajo sobre el impacto de los teléfonos móviles en la sociedad Uno de los activos más importantes del libro es precisamente la variación en el enfoque de lo que se estudia, el objeto que ofrece consecuencias, no solo transformaciones y derivaciones en el comportamiento social presente y futuro, sin perder de vista la dirección de investigación más amplia que está evolucionando enfocada sobre la dimensión cultural de la comunicación social. "Sociedad "Tecnología, Identidad y Cultura" es un intento de recopilar y presentar los numerosos resultados de varios proyectos de investigación de científicos europeos sobre los efectos del uso social y comunicativo de los teléfonos

móviles, llenando así un vacío a nivel disciplinar dejado por la comunicación audiovisual en sí, cuyo enfoque de estudio más conocido se basa en la implementación y desarrollo de las “En este sentido, la obra es un acompañamiento ideal y necesario para completar adecuadamente una visión global de la innegable complejidad de los actuales procesos de cambio en el campo de la comunicación y, en definitiva, de sus implicaciones reales a nivel social”. (Aguado, Juan Miguel y Martínez e Inmaculada José, 2008 pág. 335).

2.2.4 Revistas Digitales

Alonso Gamboa, Jose Octavio, en su publicación Transformación de las revistas académicas en la cultura digital actual (2017). Conservando la organización y estructura de sus antecesoras, las primeras revistas digitales se basaban en fascículos, siguiendo la numeración tradicional formada principalmente por tomos y tomos, además de otros elementos propios de las revistas en papel: abundancia de gráficos, tablas y fotografías con muy poca Valor añadido. Solo podían consultarse a través de computadoras, y el uso extensivo de PDF como dispositivo de lectura en realidad los hizo muy similares a las publicaciones impresas. Las revistas digitales que surgieron de publicaciones que ya existían en papel resultaron más estables que las que dieron origen a la electrónica, en parte porque heredaron la experiencia, infraestructura, reconocimiento y prestigio que ya tenían las impresas. Por otro lado, las nuevas revistas electrónicas nacidas han enfrentado muchos desafíos, entre ellos la falta de experiencia en la publicación electrónica de revistas y la desconfianza de los usuarios hacia el nuevo medio. (Alonso Gamboa, Jose Octavio 2017).

También Vigna, Diego, en Aspectos teóricos y metodológicos para el análisis de las revistas literarias y culturales digitales (2020), propone cuatro dimensiones para aproximar una respuesta a la pregunta anterior, partiendo siempre de las cualidades señaladas: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Básicamente, partimos de un enfoque que incluye observaciones y análisis documentales y se complementa con entrevistas a los directores de proyecto. Esta posición lucha por desarrollar una visión hermenéutica de estas incursiones que no se base únicamente en el Manifiesto: qué publican las revistas y cómo; lo que dicen hacer sus responsables – pero también, lo que está implícito, aquellos elementos que se filtran para revelar líneas temáticas centrales o secundarias, cuestiones que deben ser abordadas en cada número o dossier, posibles contradicciones entre lo que se publica y la gestión del medio. (Vigna, Diego 2020, pág. 73).

Anglada, Lluís, en el artículo “La adquisición de las publicaciones periódicas” (2017), también se refiere a la era de la imprenta, cuando la disponibilidad de un documento dependía del número de ejemplares y su ubicación. Un número de revista suscrito por una universidad sólo podía ser consultado por una persona y en un lugar específico. Debido a la naturaleza física del documento impreso, su disponibilidad era limitada, lo que requería la compra de copias adicionales para aumentar la disponibilidad. Esta restricción no se aplica a las revistas digitales, ya que pueden ser utilizadas por varias personas en diferentes lugares al mismo tiempo. En este caso, ¿cuánto debería ser una suscripción a la revista

universitaria digital? ¿Lo mismo que la revista impresa, dependiendo de los usuarios potenciales, dependiendo del tipo de institución que la suscriba?

La transición de las revistas impresas a las digitales fue muy rápida, pero gradual. Algunos comenzaron a ofrecer acceso digital además de las copias impresas, pero siempre como complemento a la suscripción regular. Este complemento a veces era un servicio gratuito, pero en la mayoría de los casos se ofrecía con un aumento porcentual en el costo de la suscripción. La rápida aceptación de las revistas en formato digital por parte de los académicos llevó a los editores a ofrecer opciones de suscripción electrónica. (Anglada, Lluís 2017, pág.108).

Capítulo III Propuesta de Producción

3.1. Presentación de la propuesta comunicativa

3.2. Objetivo

Producir de manera digital como material Multimedia, la revista institucional de la Institución Educativa IBES para ser difundida a la comunidad externa e interna de la corporación.

Objetivos Específicos

- Registrar la oferta educativa de la institución por medio de testimonios de actores principales en cada temática.
- Visualizar las actividades que realizan por parte de la Institución utilizando herramientas graficas.
- Promover la participación de la comunidad Interna para el aporte de piezas comunicativas dentro la revista a través de estrategias de interacción dentro del producto.

3.3. Público objetivo

Esta pieza multimedia, está destinada para ser visualizada por el personal de la institución educativa IBES, compuesto por: estudiantes, docentes, personal interno, logístico, técnico y comercial. Es así, que toda la comunidad académica de la institución que se vea interesada en hacer parte de la identidad interviene como público objetivo en este proyecto.

Para el público externo, está dirigido a: padres de familia, personal que hizo parte de la institución como egresados, ex-alumnos, docentes que antes ejercieron la labor en la institución, interactores de los canales digitales de difusión de la institución y las personas que quieran conocer información acerca de la corporación.

3.4. Cronograma de producción Calendario de actividades de construcción

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
-------	--------	-----------	--------	---------	--------

	17 Plasmación ideas a llevarse	18 Construcción del machote			21 Revisión y definición del contenido a llevarse	
			19	20		22
ABRIL	24 Elección de la plantilla a utilizarse	25 Recopilación de información	26 Recopilación de información	27 Recopilación de información	28 Recopilación de información	29 Recopilación de información
MAYO	1 Evento realizado para toma de información	2 Evento realizado para toma de información	3 Evento realizado para toma de información	4 Evento realizado para toma de información	5 Terminación del contenido de la revista	6 Terminación del diseño de la revista
	8 Presentación de la revista al público y sondeo	9 Sondeo de la revista	10 Resultados del sondeo de la revista	11	12	13

3.5. Etapa de preproducción

La revista se construye gracias a las herramientas digitales que posee el Internet, con aplicativos que hacen consigo una manera fácil y creativa de producir piezas gráficas y textuales, siendo así la utilización de la plataforma Canva, quien además es la plataforma en la cual se continuará realizando las producciones y se usa de forma inalámbrica al momento de la posproducción, conectando las cuentas de el orientador del Instituto con el productor de la pieza, haciendo consigo una relación estrecha en su espacio técnico.

Se construyó un machote, que consta de una tabla, formato guion, del cual realicé mediante una propuesta para tener la idea de la composición de cada una de las paginas, ya que el orientador de la institución había dado las pautas e ideas de qué tipo de contenido se espera plasmar en la revista.

Al estudiar el machote, se realizaron unos respectivos ajustes junto con el orientador para decidir el contenido que llevará la pieza digital

De allí se pasó al aplicativo para construirla, donde elegimos una plantilla, para luego establecer la cantidad de páginas y la cantidad de caracteres que se utilizan en cada una, como los espacios en cada uno de las páginas con el fin de darle prioridad al material decidido a publicarse, desde fotografías, tamaño de los títulos, códigos QR, textos en lista, banners, etc.

Con ello se pasa al proceso de producción del contenido que fue la recopilación de la información y el material, se redactó paso a paso, se tuvo en cuenta las fechas de las actividades a realizarse para hacer hincapié del evento a plasmarse en la revista.

3.5.1. Selección de temas y fuentes a consultar según el desarrollo multimedia seleccionado

Junto con el orientador del Instituto, del área de comunicaciones se define las temáticas que a plasmarse en el material, hecho por el cual hicimos propuesta de ideas de acuerdo al relevancia a tenerse en cuenta dentro de la revista, para que así se pudiera construir un borrador de su contenido. A continuación, se organiza y se define el contenido que se va a plasmar

Pagina	Contenido
1	Reseña del instituto
2	Índice
3	Bienvenida del director
4	
5	Escuelas de formación
6	
7	
8	
9	IBES a la Vanguardia ecológica
10	Nuestro Bachillerato
11	La voz de Nuestros coordinadores
12	Bienestar institucional
13	Nuestros Docentes Francisco Polo

14	Docente Destacado Abel Vergara
15	
16	Estudiante emprendedora
17	La voz del estudiante, personera Bachillerato
18	Semana cultural
19	Créditos

Luego se eligió que plantilla se va a comparando la estructura y el tipo de contenido a llevarse de acuerdo a la identidad de una corporación de esa índole, teniendo una guía con la plataforma Canva de acuerdo al banco de diseños, con el fin de que se ajustara a la elección en esta fase

3.5.1.2 Fuentes

CUADRO CON LAS FUENTES A CONSULTAR

Nombre	Cargo profesión	Datos de contacto
Francisco Polo	Docente	311 7920012

Abel Antonio Vergara	Docente	310 2173783
Marleine Carrillo	Docente, directora académica IBES	310 7998877
Shirley Colmenares	Coordinadora Académica IBES	312 8084667
Lucia Rodríguez	Estudiante Bachillerato del IBES	310 7682526
Michell Vázquez	Estudiante Técnica Aux. en Salud Oral	318 3314175
Claudia Gallego	Estudiante, Emprendedora	304 3901149

3.5.2. Investigación requerida para el desarrollo multimedia seleccionado

Para el desarrollo del contenido que se realizó en la revista, se utilizó la metodología de la entrevista a las fuentes de acuerdo a la definición de la estructura que se llevó a cabo en la distribución, luego de ello se construyó una respuesta resumida de acuerdo a las preguntas realizadas a las fuentes para en si poder redactar el cuerpo del texto, este método se uso en las paginas donde se abordó reportaje escrito

También se utilizó la información de los sitios web oficiales y fuentes portales donde se mencionó a la Institución, con el fin de alimentar el contenido, de acuerdo a la finalidad que se busca en el momento que se aborda.

En los eventos realizados, donde se decidió en la preproducción plasmar en el producto, espacios a resaltar, se les da prioridad a las capturas fotográficas como parte de la estrategia comunicativa de la revista, para ello, se decide realizar varias tomas fotográficas acerca de las ocasiones a las cuales en prioridad demostrar en la página a abordarse la temática. Como también en la toma de la pieza audiovisual, de la cual se decide realizar con la

temática a relevarse, convirtiendo la revista en un producto multimedia y a la vez haciendo la estrecha conexión con la parte informativa de un evento realizado en tiempo real.

3.5.3. Diseño del esquema del desarrollo multimedia

A través de la plataforma Canva se realizó el diseño donde se agregó la información realizada en la etapa de la producción luego de eso se hizo la respectiva distribución de los espacios a utilizarse en cada una de las paginas, teniendo en cuenta la imagen corporativa y sus componentes, con la respectiva elección de colores y así darle una conexión con quien leerá la revista, luego de culminarse la producción y estar lista, se subió por la plataforma Issuu para que en si pueda enlazarse y visualizarse de una forma fácil, de la mano con los canales digitales del Instituto.

3.7. Etapa de postproducción

3.7.1. Edición de los contenidos multimedia

La revista se editó conforme a la plantilla seleccionada para su contenido, luego de eso la información del machote definitivo realizado con cada contenido se fue agregando la información con las respectivas imágenes acordadas en el formato establecido. El material gráfico fue acoplado en una galería hecha de acuerdo a lo definido en la preproducción y

producción, en esta fase se seleccionó las fotos que van en cada página, para la distribución de cada uno de las fotos que se agregaron en cada una, con el texto, de acuerdo a la relevancia obtenida.

Llegado así la culminación del contenido, se realizaron los respectivos ajustes técnicos con relación a los colores establecidos y las fuentes del contenido textual.

3.7.2. Ficha técnica: Nombre del desarrollo multimedia, Tipo de desarrollo multimedia, Tema central, Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia, Equipo de producción, Sinopsis

Ficha técnica	
Nombre del desarrollo multimedia	Magazine IBES
Tipo de desarrollo multimedia	Revista digital: texto e imágenes
Tema central	Revista institucional IBES de la Ciudad de San José de Cúcuta
Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia	Canva Issuu
Equipo de producción	Jose Gregorio Hernández Sequeda Lucas Molet

Sinopsis	En esta revista, que será la primera versión, conocerán la Institución educativa IBES, donde también será Un espacio para que quienes hacen parte de ella, serán protagonistas en este material comunicativo. En la portada, donde se denota el título, se realiza una imagen tipo revista social con una fotografía de un docente del instituto y su respectivo uniforme y también tiene unos detalles a resaltar como descripciones de lo que habrá dentro de la revista, con el fin de despertar el interés de quien lo lee. Comenzaremos con un tradicional espacio que consta de la Reseña Histórica del Instituto. el índice donde se verá las páginas del contenido. El contenido comienza con la bienvenida del director del Instituto con una frase icónica de su autoría. De ahí comenzamos a mencionar las escuelas de formación que son las carreras técnicas que oferta el Instituto, con su año de creación y docentes. Luego de ello se dedicará una página para resaltar la puesta ambiental que ejecuta la Institución con la implementación de paneles solares que brindan la energía a la infraestructura. Después viene un espacio de la parte de bachillerato, contada por la directora académica. En la siguiente página hay un espacio tomado como nota acerca de la voz en conjunto de los coordinadores, la cuales se resume en su punto de vista. También se hablará del bienestar Institucional con IBES al
------------------------	---

	barrio y sus acciones comunitarias. En la revista se decidió plasmar un espacio para resaltar personalidades del Instituto, lo cual ha sido de gran relevancia, ya que nuestro propósito es también incentivar a que quienes hacen parte de la entidad se sientan identificados como es el caso de los docentes Francisco Polo y Abel Vergara. También se resaltó un espacio a una estudiante emprendedora, como lo es Claudia Gallego y su negocio “Bendito Antojo”. Después vienen las palabras de la estudiante personera de Bachillerato como una nota periodística de opinión. Por último se mostrará a través de una descripción la acción comunitaria hecha en la Semana Cultural Al final irán los créditos respectivos de la producción de la revista.
--	--

3.7.3. Evidencias semanales de cada publicación y mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia, según sea el caso.

SEMANA DE PRODUCCIÓN	Publicación
1	Reseña Histórica Escuelas de formación Bachillerato A la Vanguardia Ecológica
2	La voz de los Coordinadores Bienestar Institucional
3	Historias: Docente destacado y la voz del docente estudiante Emprendedora
4	Semana cultural con la toma fotográfica y nota periodística textual

3.7.3.1. Carta del sitio web que publicó la página web o aplicación desarrollada en papel membretado firmado por el representante legal



San José de Cúcuta, 16 mayo de 2023.

Programa de comunicación social, sede Cúcuta.
Facultad de Artes y Humanidades.
Universidad de Pamplona.

Referencia: Carta de aceptación publicación de la revista en los canales oficiales de la Institución.

El Instituto Bolivariano de Esdiseños IBES, por medio de la presente manifiesta que la revista oficial del Instituto "Magazine IBES", producida por el estudiante de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, José Gregorio Hernández identificado con cédula de ciudadanía 1.090.515.797, será publicada en nuestros canales oficiales de comunicación, como también se promocionará su difusión.

La revista "Magazine IBES", se realizó como proyecto académico de Trabajo de Grado en modalidad de Producción para Medios: Desarrollo Multimedia, correspondientes al periodo 2023 - 1 en las instalaciones de la entidad ubicada en Av. 3 #13-43, además contó con el apoyo técnico, profesional y logístico para su producción.

Atentamente

Lucas Molet
Coordinador Bienestar Institucional

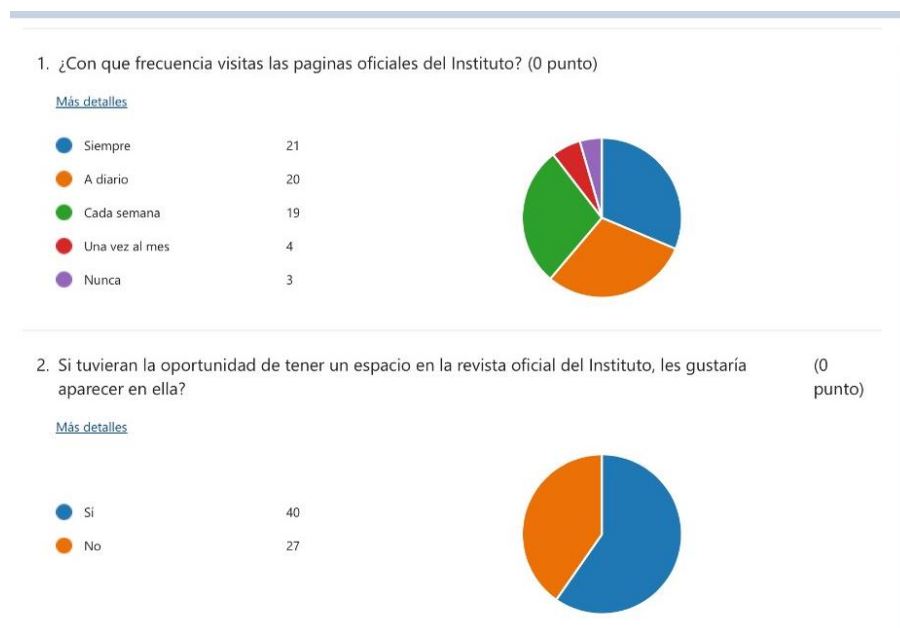
3.7.3.2. Resultados de los mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia

Antes de realizarse el lanzamiento de la revista, se realizó una encuesta con relación a la percepción de la revista, para conocer el punto de vista de ante el personal interno a la Institución sobre el producto digital.

Total de respuestas por parte de la gente encuestada: 67

Plataforma utilizada: Forms de Microsoft Outlook

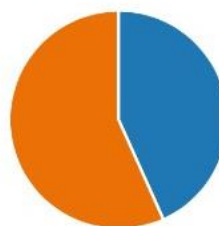
Mecanismo de difusión de la encuesta: canales internos del personal docente, de uso móvil.



3. ¿Que elementos prefieres al momento de leer una revista? (0 punto)

[Más detalles](#)

Mas texto que imagenes	29
Mas imagenes que texto	38



4. ¿Que tipo de revista prefieres leer? (0 punto)

[Más detalles](#)

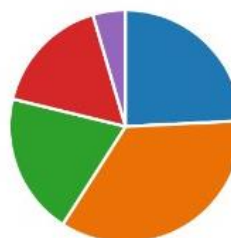
Impresa	41
Digital	26



5. ¿Si tuvieras la oprtunidad de tener ese espacio en la revista, que tipo de contenido plasmaria? (0 punto)

[Más detalles](#)

Nota informativa o de opinión	16
Emprendimiento	23
Talento que tengas	13
Historia de vida	11
Otro, ¿Cual?	3



3.8 Conclusiones

Con esta revista, se abrió un paso para conocer de manera básica a la Institución y una parte para el espacio de emprendedores, llevando consigo un acercamiento a la población que hace parte de la corporación en querer participar en el espacio y así poder incluir a esta revista como parte de una herramienta clave y con gran acogida por parte de ellos.

3.9 Recomendaciones

Como es la primera edición de la revista, se debe tener en cuenta que, para las próximas ediciones a publicarse, ya no llevara el contenido similar a esta primera edición, ya que se agregará mas secciones y un contenido nuevo, igualmente la segunda edición pasará a ser otro tipo de contenido, tipo informativo expositivo y con material gráfico y audiovisual en mayoría.

4.0 Bibliografía

Aguado, Juan Miguel y Martínez y Inmaculada José (2008), Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultura, p 335

Alonso Gamboa, Jose Octavio (2017) Transformación de las revistas académicas en la cultura digital actual. Revista Digital Universitaria, vol. 18

Anglada, Lluís (2017) La adquisición de las revistas, Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya

Ávila-Toscano, J. H., Marenco-Escuderos, A., & Madariaga Orozco, C. (2014). Indicadores bibliométricos, redes de coautorías y colaboración institucional en revistas colombianas de psicología. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 167-182.

Carbone, Giancarlo (2006) Entrevista con Joan Costa Reflexiones sobre la comunicación corporativa p. 226

Carrillo Ojeda Emilio (2016) Cibernética y Comunicación Corporativa. p. 16.

Gamboa-Suárez, A. A. (2017). Gestión universitaria: brechas entre los discursos institucionales y las realidades escolares. *Revista Eleuthera*, 16, 13-31.

García Pérez, Rafael, (1998) Internet En El Contexto De La Comunicación Multimedia: Un Instrumento Para El Desarrollo Científico En Educación p 106

González-Alcaide, G., Alonso-Arroyo, A., González de Dios, J., Sempere, A. P., Valderrama-Zurián, J. C., & Aleixandre-Benavent, R. (2008). Redes de coautoría y colaboración institucional en Revista de Neurología. *Rev Neurol*, 46(11), 642-51.

Guevara Soto, Liliana (2006) Comunicación Estrategica para las organizaciones, Quito, Ecuador 2006.

Herrera Rubio, J. E., & Hernández, O. (2017). Análisis del pensamiento estratégico para la competitividad en instituciones públicas de educación superior en el Norte de Santander. *Revista espacios*, 38(50).

Lemos, A. A. B. D. (1993). Análise crítica de uma revista institucional: as Memórias do Instituto Oswaldo Cruz. *Cadernos de Saúde Pública*, 9, 161-169.

Manfredi, Juan Luis (2011) Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia Pública p 215.

Miyahira, J. (2011). ¿ Más revistas científicas o repositorios institucionales de acceso abierto?. *Revista Médica Herediana*, 22(1), 1-3.

Ochoa, F. L. (2014). De la importancia de las revistas institucionales. *CES Medicina*, 28(2), 163-164.

Quiñónez Mosquera, A., Ahumada Ahumada, V., & Rodeiro Pazos, D. (2022). Normatividad universitaria y creación de spin-off: Un análisis empírico de Antioquia, Santander y Norte de Santander. *Cuadernos de Economía*, 41(87), 677-698.

Rivera, Santiago, J. A. (2016). Aibi, una revista para la difusión de conocimiento científico. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 4(2), 1-1.

Salaverría, Ramón (2001) "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7: 383-395.

Scheinsohn, Daniel (2009) *Comunicación Estratégica*, 15, 17

Vigna, Diego (2020) Aspectos teóricos y metodológicos para el análisis de revistas digitales de cultura y literatura.