

La Narrativa Transmedia: centenario de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero en San José de  
Cúcuta - Colombia

Margitte Daniella Peñaranda Camargo

Ludy Yuliana Martínez Julio

Yeferson Fabián Vargas Albarracín

Tutora: Betty Julieth Villabona

Asesora Metodológica: Clara Liliana Parra

Universidad de Pamplona, Ext. Villa del Rosario

Facultad de Artes y Humanidades

Comunicación Social

2019

## **Título de la propuesta**

La Narrativa Transmedia: centenario de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero en San José de Cúcuta  
- Colombia.

The Transmedia Narrative: Center of the Public Library Julio Pérez Ferrero in San José de Cúcuta -  
Colombia.

### **Abstract**

The purpose of this project was to consolidate the centenary of the Julio Pérez Ferrero Library in Cúcuta, Norte de Santander through a Transmedia narrative strategy. For the implementation of this methodology, they conducted semi-structured interviews directed to different actors of the Library, and with this instrument it was possible to collect information about the history of this cultural heritage. Therefore, from the obtained the structure of the ebook is created that is divided by chapters that contextualize the historical memory of this cultural center in a more interactive way accompanied by multiple formats, the population to which this project was directed were 15,392 followers of the Facebook page of the Public Library Julio Pérez Ferrero and 41.98% of the netizens north of Santander.

It is concluded that through digital communication, it is possible to promote and make visible events that have been part of the development and growth of an entity through multiple formats that reconstruct and manage to tell the story in a different way. In this way, it is affirmed that transmedia narratives are new dynamics that link all types of audiences. For this reason, the centenary of the Julio Pérez Ferrero library could be visualized and systematized.

### **Keys Works**

Transmedia, Culture, Digital Communication, Storytelling, Library

## **Resumen**

El propósito del presente proyecto, fue consolidar a través de una estrategia de narrativa transmedia el centenario de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, en Cúcuta, Norte de Santander. Para la implementación de esta metodología se ejecutaron entrevistas semi-estructuradas dirigidas a diferentes actores de la Biblioteca, asimismo con este instrumento se logró recolectar información sobre la historia de este patrimonio cultural. Por ello, a partir de lo obtenido se crea la estructura del *ebook* que está dividido por capítulos que contextualizan la memoria histórica de este centro cultural de una manera más interactiva acompañada de múltiples formatos, la población a la cual fue dirigido este proyecto fueron los 15.392 seguidores de la página de Facebook de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero y los 41,98% de los cibernautas norte santandereanos.

Se concluye que por medio de la comunicación digital, se logra promover y visibilizar sucesos que han sido parte del desarrollo y crecimiento de una entidad a través de múltiples formatos que reconstruyen y consiguen contar la historia de una forma diferente. De esa manera, se afirma que las narrativas transmedias son nuevas dinámicas que vinculan a todo tipo de público. Por ello, el centenario de la biblioteca julio Pérez Ferrero pudo ser visibilizado y sistematizado.

## **Palabras claves**

Transmedia, Cultura, Comunicación digital, storytelling, Biblioteca

## Contenido

<b>Título de la propuesta</b> .....	2
<b>Abstract</b> .....	2
<b>Resumen</b> .....	3
<b>Capítulo I <i>Problema</i></b> .....	7
<b>1.1 Contextualización</b> .....	7
<b>1.2 Descripción del problema comunicativo</b> .....	8
<b>Capítulo II Marco de Teórico</b> .....	11
<b>2.1 Antecedentes</b> .....	11
<b>2.1.1 Internacionales</b> .....	11
<b>2.1.2 Nacionales</b> .....	30
<b>2.2 Bases teóricas</b> .....	38
<b>2.2.1 Comunicación Digital</b> .....	38
<b>2.2.2 Cross-media</b> .....	41
<b>2.2.3 Multimedia</b> .....	42
<b>2.2.4 Narrativa Transmedia</b> .....	43
<b>Capítulo III Propuesta de Producción</b> .....	45
<b>3.1. Presentación de la propuesta comunicativa</b> .....	45
<b>3.2. Objetivo</b> .....	46
<b>3.3. Público objetivo</b> .....	46
<b>3.4 Cronograma de Producción</b> .....	47
<b>3.5. Etapa de preproducción (informe procedimental del desarrollo de la etapa)</b> .....	50
<b>3.5.1. Selección de temas y fuentes a consultar según el desarrollo multimedia seleccionado</b> .....	50
<b>3.5.2 Diseño de las técnicas de investigación requeridas para el desarrollo multimedia seleccionado</b> .....	51
<b>3.5.3 Diseño del esquema del desarrollo multimedia</b> .....	51
<b>3.6. Etapa de producción (informe procedimental del desarrollo de la etapa)</b> .....	52
<b>3.6.1. Recolección del material necesario para la construcción de los contenidos multimedia</b> .....	74
<b>3.6.2. Selección y análisis del material</b> .....	53
<b>3.7. Etapa de postproducción</b> .....	53
<b>3.7.1. Edición de los contenidos multimedia</b> .....	53
<b>#SoyColombia</b> .....	55

<b>3.7.2. Ficha técnica</b> .....	77
<b>3.7.3. Evidencias semanales de cada publicación y mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia, según sea el caso.</b> .....	115
<b>3.7.3.1. Carta del sitio web que publicó la pag web o aplicación desarrollada en papel membreteado firmado por el representante legal.</b> .....	153
<b>3.7.3.2. Resultados de los mecanismos de evaluación del consumo de los contenidos multimedia</b>	155
<b>Bibliografía</b> .....	158
<b>Anexos</b> .....	161

## Lista de Tablas

Tabla 1: Producto 1. Elaboración propia.....	77
--	----

## **Capítulo I *Problema***

### **1.1 Contextualización**

La Biblioteca Julio Pérez Ferrero es una entidad Pública fundada el 14 de abril de 1919, con la finalidad de generar espacios culturales y de interacción en pro al desarrollo social, protagonista de almacenar, difundir y promover nuevos aprendizajes.

Nació como homenaje al primer centenario de la batalla de Boyacá el 7 de agosto de 1819, representando una fecha patriótica que selló la independencia nacional. Este lugar emblemático de Norte de Santander se encuentra ubicado en el barrio la Playa, Av. 1 Este #12-35, Cúcuta. Referenciado culturalmente como el antiguo Hospital San Juan de Dios, y por conservar el acervo histórico y cultural de la Perla del Norte.

Desde sus inicios hasta la fecha actual, hace parte de los espacios reconocidos desde los escenarios académicos, al incentivar a la población en lectura e investigación, se convirtió en uno de los lugares de mayor influencia en cuanto entorno de escritura, conocimiento e investigación de Norte de Santander.

De esta manera, para el mes de abril del 2019, próximo a su célebre fecha, con la colaboración de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, se implementó un proyecto de narrativa transmedia que buscó consolidar los 100 años de servicio gratuito brindados a la comunidad como: la feria del libro, veladas culturales, ferias empresariales, cine club, club de lectura y conversacionales de inglés, entre otros, que ayudan al desarrollo cultural y educativo de la población.

La presente estrategia de narrativa transmedia tuvo como objetivo fortalecer y consolidar los procesos educacionales, sociales y culturales implementados a través de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero, en la preservación del conocimiento y orientación a los procesos investigativos.

Por ende, con la magnitud de contenidos dinámicos encontrados en la era 2.0, surgió en el marco de esta investigación la siguiente pregunta:

***¿Cómo construir una estrategia de narración transmedia para consolidar el centenario de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero en Cúcuta Norte de Santander?***

## **1.2 Descripción del problema comunicativo**

El auge de nuevos escenarios tecnológicos ha generado transformaciones significativas en el lenguaje y el ambiente de medios, promoviendo la excursión de nuevas estrategias de creación de contenidos innovadores que cumplan con las expectativas de las audiencias.

Existe un estilo que generaliza y envuelve a la comunicación solo con los medios masivos, alejando a las herramientas que se centran en la interrelación personal, su funcionamiento no es ser mediáticos ni instrumentales, sino agentes de cambio. La humanidad es una breve connotación de la comunicación en sí misma y su relación con el entorno que se desarrolla.

Reyes (1999), considera que “La comunicación es un hecho social que surge a partir de un proceso complejo, actividad a través de la cual los individuos intercambian mensaje, inquietudes, experiencias y sentimientos significativos. Sin duda este fenómeno representa ser una de las actividades



fundamentales en el desarrollo y evolución de los seres humanos, de ahí la importancia e interés por comprender cuales son los mecanismos y las circunstancias que posibilitan tal transporte e intercambio de mensajes” (Introducción. Parra 1-2).

No obstante, la implementación de nuevas herramientas comunicacionales es de suma importancia para el proyecto, puesto que logran abarcar escenarios que representan el contexto del ser humano, y en donde se obtiene una mejor interacción a partir de contenidos interactivos.

Estas afirmaciones ayudan a comprender la transformación de la comunicación, donde el modelo funcionalista, tradicional, jerárquico y lineal, se traslada a nuevos procesos de cambios sociales e interacción donde el receptor se apropia del contenido. A través de sus plataformas, cada narrativa se convierte en una comunicación accesible, eficaz e interactiva, lo que es un reto para los medios tradicionales al querer adaptarse a la era digital.

El objetivo de toda entidad, empresa u organización es posicionar ante el público su identidad corporativa y trabajos realizados, utilizando las narrativas transmediales para cumplir su función. No obstante, esto con lleva, a que se exploren nuevas rutas de comunicación de estas narrativas, donde las audiencias son las protagonistas de participar activamente y prolongar la información.

La Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero en los últimos nueve años optó por utilizar las redes sociales como Facebook, Instagram, y página web para comunicar sus procesos con los nortesantandereanos, generando múltiples piezas gráficas informativas y lineales que no permiten visibilización con los actores digitales, lo que afecto directamente en su interacción con este nuevo ecosistema.

Esto evidenció el problema de producción en el contenido que elaboraban anteriormente, al querer utilizar las mismas metodologías tradicionales en plataformas digitales, las cuales exigían nuevas

herramientas de comunicación que permitieran implementar la diversas narrativas transmediales, para aumentar la circulación de cibernautas en sus diferentes plataformas y así dar conocimiento de cada proceso construido por la entidad.

Al observar la carencia de estrategias de comunicación e implementación de las nuevas dinámicas de narrativa transmedia, se planteó como objetivo, generar material que incorporara la participación de los espectadores y aumentara la visualización o prolongación de los productos compartidos en las diferentes redes sociales de la Biblioteca, para lo cual se contempló como tema central los cien años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero.

Y así a través de la convergencia digital se compartió y celebró el centenario de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero, como hecho importante, por su proceso de información de conocimiento, su fácil acceso a la información y participación dentro de la cultura digital.

## Capítulo II Marco de Teórico

### 2.1 Antecedentes

En el siguiente trabajo se identificó antecedentes de carácter Internacional y Nacional que abordaron la consolidación de experiencias y campañas transmedias, las cuales fueron las bases fundamentales para el proceso de desarrollo de esta investigación.

#### 2.1.1 Internacionales

Al indagar sobre procesos similares a nivel internacional se evidencia que España, es el país que más produce en proyectos de estas categorías, como se consignó en el proyecto *“Usos Educativos de la Narrativa Transmedia”* realizado por Núria Molas – Castells y José Luis Rodríguez Llera, de la Universidad de Barcelona (España).2017. El proyecto fue publicado en un artículo por la Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación.

Tuvo como propósito mostrar el interés por las posibilidades de integración de la narrativa Transmedia en la educación formal. Bajo el objetivo de comprender mejor las características de la narrativa Transmedia y explorar los beneficios pedagógicos de su aplicación en un contexto de educación formal.

La metodología de proyecto fue realizada a través del diseño de una Carta Ancestral, cuya narración es de ficción con objetivo educacional. Donde la comunicación comienza a relacionarse con la educación a través de métodos didácticos que posibilita al receptor convertirse en emisor, creando una interacción y mayor creatividad al momento de desarrollar cualquier labor.

Se ejecutó en dos instituciones de secundaria del área metropolitana de Barcelona, con duración de dos meses en la aplicación de dicha actividad, los resultados fueron positivos donde se confirma que el desarrollo de esa herramienta dinámica fue asertivo para la integración de contenidos curriculares y

TIC. De esta forma se define la herramienta estratégica como propia de nuevas tendencias de medios, eliminando obstáculos entre ellos, y promueve una agilidad en los procesos (preproducción, producción, postproducción) logrando una participación activa en diferentes destinatarios.

De la presente investigación “*Usos Educativos de la Narrativa Transmedia*” se resalta la creación de piezas gráficas, que elimina la comunicación jerárquica que comúnmente se observa al informar a la comunidad, desplegando algo más interactivo, esto se resalta por ser de suma importancia al momento de aplicarlas en nuestras estrategias a través de la página de Facebook de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero.

Por otra parte, el flujo de información y conocimiento del uso de las modernas tendencias digitales han sido importante para el surgimiento de proyectos, por ende existe una tesis de grado titulado “*Proyectos sociales transmedia: la comunicación digital como herramienta para la participación ciudadana*” realizado por Beatriz Andrés Benito de la facultad de educación Palencia, Universidad de Valladolid, (Beatriz Benito, 2016).

La investigación mencionada tuvo como propósito analizar de forma exhaustiva los trabajos transmediales con sentido social, que buscaba sensibilizar y eliminar problemas que deteriora el tejido social de las comunidades, desde la era digital.

Como objetivos del proyecto establecieron los siguientes: desde el ámbito de dinámicas digitales es “Considerar el papel que juega el universo de creación transmedia en la generación de contenido con valor social y en el desarrollo de modelos de participación colaborativa en una cultura en red”

Desde el ámbito de pre,pro,post producción “ se analizó dos proyectos de narrativa transmedia de tipo social (“Mujeres en Venta: trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina” y

“Aylan Project: yo no te olvido”), que fueron utilizados como casos particulares para indagar acerca de los modos de producción, distribución, circulación, recepción y consumo cultural, en el marco de una sociedad aumentada”

Y en relación a las nuevas tendencias de narrativa Transmedia “Examinar las posibilidades que ofrece la cultura transmedia en el ámbito de la Educación Social, tanto en lo que se refiere a los objetivos propios de la intervención social y comunitaria como en lo que concierne a las competencias y roles profesionales del educador social”

**“Aylan Project: Yo no te olvido” y “Mujeres en Venta: Trata de personas con fines de explotación sexual en Argentina”** realizado por Beatriz Andrés Benito de la facultad de educación Palencia, Universidad de Valladolid, (Beatriz Benito, 2016). Son proyectos estudiados desde la forma de producción, distribución, emisión, recepción y consumo cultural.

La metodología que utilizaron para el análisis, es el estudio de pre,pro,post producción de las piezas gráficas utilizadas en los proyectos mencionados y la forma de interactividad propuesta para sensibilizar y generar un cambio a través de estos productos.

Hoy en día a las personas les apasiona sumergirse en las historias, conocer realidades y el pasado de ellas mismas, con estas nuevas alternativas transmedia adquieren nuevo significado, se adapta la historia a través de narrativas (Storytelling) contemplando el contenido de una manera más amplia que elabore el relato sin perder el hilo conductor desde diferentes formatos.

“*Mujeres en Venta*” es un proyecto cuyo objetivo es sensibilizar a la sociedad a través de una amplia gama de plataformas con testimonios y relatos que constituyen y visibilizan la magnitud del problema, siendo expuestas por la propia experiencia de las víctimas en compañía de personas especialistas en el tema, todo esto a través de spot televisivos, webdoc, documentales, comics, etc.

“*Aylan Project*” tiene como objetivo mostrar los problemas y la crisis que tienen los refugiados, las diversas fases por las que pasan, convirtiéndose en una problemática que afecta a miles de personas a partir del WebDoc y las redes sociales con piezas gráficas con su lema principal *El Barco del Exilio*.

El aporte del antecedente anterior, permite confirmar que a través del storytelling se logra comunicar algún suceso importante, en este caso consolidar los 100 años que tiene la Biblioteca Julio Pérez Ferrero.

De igual forma un excelente desarrollo de una narrativa transmedia fue la ***campana de la compañía de desodorantes AXE de Francia*** (2014), que tenía como objetivo aumentar la fidelización de los usuarios y acoger el público femenino, para lograr el aumento en sus ventas. Inició identificando la necesidad del público frente a sus productos, lo cual a través de encuestas, pudo analizar que los receptores buscaban un desodorante que atrajera al otro sexo. Por medio del dato, AXE cambia el discurso de su publicidad, iniciando con la campaña “desata el caos” del lanzamiento AXE ANARCHY: para él y para ella, entrando a competir también en la categoría de desodorantes femeninos.

Buscaban cautivar a los consumidores por medio de la seducción y atracción entre ambos sexos, haciendo que perdieran el deseo de superioridad entre ambas partes y se propiciara un caos imaginable de atracción. La campaña se realizó en plataformas diferentes como: Tv, Web, revista y dispositivos móviles.

Los spot televisivos, contaban historias entre ambos sexos, unas series de eventos a consecuencia de la atracción incontrolables entre los personajes que usan AXE. Cada historia iba entrelazada e iba contando los acontecimientos a través de los días, para que el consumidor permaneciera conectado.

Así mismo los diseños impresos como revistas y periódicos, incluía posters donde apareciera parejas en situaciones de alto riesgo, que ignoraban por su seducción y el impacto de la formula AXE.

Esas piezas resaltaban lo explosivo que puede llegar a ser el encuentro de dos personas que utilizan AXE, haciendo énfasis, en ciertos elementos que cada personaje tiene en la mano, para que la audiencia pueda imaginar cómo termina la historia.

Por otra parte, por medio de la plataforma Web ([www.axe.com.co](http://www.axe.com.co)), crearon novelas gráficas interactivas, comics que atrajeran y conectara diferentes públicos, decidiendo que las historias se llevarían a tiempo real, para que los fans participaran en ellas. La novela gráfica, podría ser seguida a través de youtube, twitter y facebook, donde los usuarios podían sugerir como continuaba la historia y los artistas gráficos trabajan para reproducirlas.

Por último crearon un juego online - APP, para desatar una alta concentración en la marca, el juego consistía en conquistar la mayor cantidad de hombres y mujeres, logrando subir de nivel y comparar su puntaje con demás participantes.

A través de la organización y plan estratégico de la Agencia brasileña BBH, encargada de manejar la publicidad de la campaña AXE ANARCHY, No solo logró incrementar la interacción con los usuarios en tiempo real, sino aumentar la estadística de producción y venta del producto a un 90%, logrando preferencias en nuevos públicos tanto masculinos como femeninos, siendo líder en el mercado en su tiempo.

Se pudo observar entonces cómo la implementación de múltiples plataformas digitales y herramientas comunicativas, logra atraer nuevos públicos en diferentes categorías, trascendiendo en las futuras generaciones; es por esto que se tomó como referencia esta campaña implementada por la compañía AXE.

El atraer diferentes públicos implica crear nuevas herramientas como se realizó con **Mujeres a la Venta (2015)** una campaña transmedia producida por la Dirección de Comunicación Multimedia de la

Universidad Nacional de Rosario en Argentina, con el objetivo de aumentar las denuncias de hechos vinculados a las trata de personas con fines de explotación sexual, para disminuir el porcentaje de secuestro que se presenta en el País.

En sus inicios, se planificó que las denuncias de las víctimas se realizarían mediante fotografías, documentales y comics que serían publicadas en su página web (<http://www.documedia.com.ar/mujeres/>) para lograr la atención de los usuarios y que la información fuera vista de forma más interesante y didáctica.

Con el tiempo se fueron recreando más ideas, que permitieran informar e interactuar a las víctimas como cibernautas interesados en la campaña, entre esos el movisodios que eran capsulas informativas de 3 minutos, donde explicaban las formas como engañan a una víctima.

Por ultimo lograron estructurar un mapa colaborativo, donde se hacen denuncias anónimas, registro de mujeres desaparecidas, mujeres rescatadas y por último la lista de sitios que han sido denunciados por explotación sexual. Esta guía se hizo de manera virtual para ser observada mediante cualquier dispositivo y así sacar provecho de la información impartida.

Gracias a su efectivo proceso, han logrado la interacción y vinculación de más 1537 usuarios en la red y 3116 denuncias de víctimas, siendo de total ayuda para las entidades encargadas de manejar esta situación.

Dicho lo anterior, se tomó como referencia de progreso y efectividad al momento de incursionar una campaña transmedia. El apoyo de diferentes herramientas comunicativas permite permear y captar el mensaje en el receptor, para lograr expandir el contenido. La diversidad de piezas comunicativas, logra atraer diferente público que adquiere la información a través de su medio preferido.



Por otro lado, se encuentra la campaña **Mujer tenía que ser (2013)** creada el día de la mujer por la organización Amnistía Internacional de Paraguay, con el objetivo de darle la vuelta al significado de un mensaje machista y mostrar a cambio grandes mujeres que han logrado hacer historia.

Inició mediante una serie televisiva, donde entrevistaban a mujeres importantes en la sociedad, que habían logrado cumplir sus sueños “casi imposibles” en la mitad de una intemperie machista. Durante el programa, se interactuaba con los televidentes mediante llamadas, logrando interferir su opinión

No obstante, creó una página web (<http://cort.as/-HYeb>) donde brindaba un espacio específico en apoyo a la campaña, donde publicaban fotografías y gráficas de mujeres con antecedentes honorables de la época. Ahí mismo incitaba al cibernauta a comentar el personaje (especialmente mujeres) que le inspiraba a creer en la igualdad de derechos y a luchar por sus sueños.

Por otra parte, publicaban cápsulas informativas donde especificaban la importancia de ser mujer, los derechos que les competen y las identidades que las respalda. Al final de la publicación se compartía un link, que redireccionaba a otro sitio dentro de la misma página web para demandar en anonimato cualquier hecho de desigualdad.

Con los relatos expuestos a través de los receptores, recreaban la historia con otros personajes y la narraban en el programa televisivo con el fin de visualizar las situaciones de inequidad que presentaban las mujeres en su país. Con el tiempo se logró recrear otros contenidos a través de diferentes formatos, que eran publicados en sus redes sociales como Twitter y Facebook, con el fin de fidelizar mayor público.

La conexión y enlace en los diferentes contenidos, relacionan y aumenta el conocimiento del receptor frente al mensaje, de la misma forma se interactúa y aumenta la circulación de cibernautas en

las diferentes redes sociales, como se evidencia en el anterior trabajo, por eso se tomó como antecedente para el proyecto ejecutado y se implementó los diferentes formatos con contenido propio.

Continuando con **Sí me importa (2014)** es una campaña de la organización Oxfam Intermón de España, que tiene como objetivo recuperar el respaldo social y político en la Cooperación al Desarrollo y la Ayuda Oficial al Desarrollo, resaltando los actos de desigualdad. Ha sido un movimiento social, que, desde la innovación y los nuevos lenguajes, teatro, comic, cine, fotografía y documentales, resaltan la importancia de luchar contra la pobreza, para cambiar y salvar vidas.

Por medio de su página web (<http://cort.as/-HYjR>) y redes sociales, han creado enlaces y contenidos de narrativa transmedia que evidencia hechos de desigualdad, donde las personas interactúan a través de 3 hashtag (#cuestionArte, #ViñetasdeVida, #Actuarte) que en contienen diferentes contenido e información en la página.

Fueron creados para que el cibernauta manifieste su apoyo al momento que se publique una pieza, las cuales tienen como referencia en su encabezado cualquiera del hashtag.

Luego de este proceso, se creó un mapa digital, donde el usuario puede observar los países en los cuales han intervenido y ayudado con su programa, donde especifica la cantidad de personas ayudadas y las actividades que se implementaron.

Su movimiento constante en las diferentes plataformas digitales, contribuyó al aumento de sus ingresos económicos mediante las donaciones, obteniendo una cifra de 110.297.166 € que son utilizados en ayudas humanitarias.

Esto indica que el flujo de contenido diario, más la variedad de formatos explicativos que resalten la labor, ayuda a integrar y apropiarse al receptor frente a cada suceso compartido, proliferando la

información para llegar a un mayor alcance y posicionamiento como sucedió con la organización Oxfam Intermón, por eso se colocó como referencia clave.

La campaña **Más Peruanos que (2015)** es creada por la compañía Marca Perú, dirigida al público nacional con el objetivo de incrementar el orgullo de haber nacido en este país.

Se inició montando tres spots en formatos documental que busca narrar tres historias reales, que resaltaban la identidad, cultura y tradición de cada persona. Asimismo, el hashtag #MasPeruanoQue acompañaba la campaña, donde las personas podían compartir fotos de algo que los identificara como peruanos, por medio de las redes instgram, Facebook y twitter.

Como segunda faceta, se apartó un espacio en las diferentes plataformas digitales, para publicar las frases o dichos más coloquiales del País, con el fin del que usuario comentará cual lo identificaba.

La idea de la campaña, no era solo colocar anuncios y reproducirlos, si no hacer que participara los consumidores de forma creativa y diferente, apropiándose de su cultura. Esto permite que se sumerjan en las diferentes historias y logren empatía con ellas, fortaleciendo su vínculo emocional. Por eso en la narrativa transmedia que se realizará, se tuvo en cuenta el siguiente trabajo, para lograr aumentar el nivel de vinculación, interés y sentido de pertenencia, frente a cada historia expuesta.

Otra que tuvo un nivel de aceptación fue **Ikea, la otra carta (2014)** fue una campaña realizada por la compañía Ikea (encargada de distribuir y vender muebles) con el objetivo de aumentar el impacto entre su público objetivo, creando una narrativa transmedia.

Se inició haciendo un experimento presencial con 10 familias reales y le pidieron a los niños que escribieras 2 cartas, una para los reyes magos y otra para sus padres, con los regalos que quisiera obtener. La mayoría de ellos, pidió que sus papas les dedicaran más tiempo, lo cual ocasionó mucho revuelo en las redes sociales, al subir el video del experimento.

La compañía de forma inmediata, creó múltiples plataformas para aumentar y facilitar el contacto con sus clientes, entre ellos spots y piezas televisivas. Al ver el aumento de visitas de cibernautas en su plataforma, deciden montar un Web con dos grandes secciones.

La primera un catálogo con juegos tradicionales, para que los padres los recreen y pasen más tiempo con su hijos, donde de forma creativa incluye elementos del hogar. La otra sección, brindaba la posibilidad que el niño escribiera la “otra carta” para navidad.

De igual manera, crearon contenidos para redes sociales (Facebook y Twitter) haciendo que la participación aumentara y lograr la visibilizarían en sus productos. las interacciones y el impacto tuvieron unas cifras altísimas que mejoraron el posicionamiento de la marca y aumentaron el buen nombre de la compañía entre sus clientes.

Esto se hizo posible a la edificación de estrategias basadas en la interacción del consumidor, vendiéndoles experiencia y emociones, que lo identifican y lo hacen sentir escuchado, lo que para una narrativa transmedia es importante, haciendo que el usuario haga parte de la historia; por eso está campaña se tomó como referencia y se extrajo los puntos más viables al momento de ejecutarlo.

Asimismo se realizó un análisis titulado ***“Narrativa transmedia como estrategia de comunicación en el sector de la música, caso específico ColdPlay”*** realizada por el estudiante Mario Daniel Hilario Barinas en Junio del 2015 de la Universidad de Cartagena y Universidad de Murcia como finalidad de su Master Interuniversitario en Comunicación Móvil y Contenido Digital, con el propósito de estudiar las vivencias que tienen las personas desde la presente dinámica digital.

Su objetivo fue investigar como a través del storytelling y diferentes formatos de narrativas este grupo musical de origen británico y de género pop-rock y rock alternativo, visibilizó su álbum *Mylo Xyloto*.

La metodología del estudio fue de tipo descriptivo, identificando cómo se aplican estas narrativas en la música, el papel que cumple el usuario como prosumidor y las alternativas utilizadas para emitir los contenidos musicales.

Como resultado Mario Daniel observó en el análisis la gran utilidad que tiene las diversas apps en el ámbito de la música, que incitan al espectador a consumir el contenido por horas y vivir experiencias únicas, permitiendo que esta sea compartida a un gran universo, convirtiéndolos en consumidores-creadores.

Esta investigación nos orientó a utilizar el storytelling como estrategia, y así posicionar e informar aspectos importantes de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, convirtiendo a los nortesantandereanos en agentes activos.

De otra parte y según la investigación de Isidro Moreno Sánchez- Andrés Adolfo Navarro de la Universidad Javeriana de Cali, Colombia, Universidad Complutense Madrid, España (2015). *La ciudad escondida. Toledo, laboratorio de comunicación transmedia*, “lo digital busca la participación accesible de todas las personas a través de la interacción y la interactividad” (Moreno, Navarro, 2015, p. 16).

Es la interpretación de nuevos contenidos complementados por audio, texto, vídeo y fotografías, hacen que estas nuevas estructuras sean accesibles como el hipermedia móvil 360° que permite una narrativa enfatizada en una creatividad ludo-educomunicativa, que le apuesta a construir nuevos procesos de transmedia enriquecedores. Así, el intentar sistematizar estrategias de comunicación en la ciudad de Toledo, permite salvaguardar el patrimonio de la humanidad.

Por ello, desde la transmedialidad y la participación se busca que los ciudadanos puedan tener conocimiento y apropiación de la ciudad escondida, Toledo. La utilidad de una metodología cualitativa

genera conocer más a profundidad el contexto natural. Por lo tanto, la sistematización de la ciudad de Toledo, permitió una comunicación reflexiva desde distintas maneras de información, con un nuevo lenguaje difundido por múltiples plataformas.

En la investigación de Mar Guerrero (2012) *“La red enmarañada: narrativa transmedia en ficción femenina El caso de Infidels y Mistresses”* Barcelona, España (2012), trae a colación que “La semiótica narrativa y la narratología ayudan a profundizar cada contenido transmedia promovido por el usuario” (Guerrero, 2012, p. 83).

El objetivo principal de esta investigación se basa en analizar a partir de la semiótica narrativa y la narratología el contexto de ficción de estas dos series. La combinación de estas dos bases emplea una reflexión de la producción hecha por los fans. Allí se evidencia la evolución de la *crossmedia* en la elaboración de cada producto realizado por la comunidad, en donde demuestran gran variedad de formatos audiovisuales y de entretenimiento.

Los usuarios a la hora de fabricar contenidos, expanden, recrean y distribuyen textos transmediáticos, que ejercen una mayor comprensión narrativa, piezas gráficas que explican la historia en menos tiempo y espacio como: ficción animada, Video, foto- recaps, recaps- infográficos. Esto permitió que la información de las series se prolongara mejor en las redes sociales, ya que era más concisa, y eficaz.

Así mismo, Rosa Julián Gonzales (2015), en su investigación *“Proyecto Quipu”* Perú (2015) considera que “El transmedia es un lenguaje, una estructura narrativa contemporánea que muestra otras perspectivas”, (Gonzales, 2015, p. 2).

Lo anterior, se basa en recrear historias y personajes desde un hilo narrativo que emplee la reconstrucción histórica a través de la auto comunicación, generando adaptaciones en nuevas

plataformas mediáticas, y así profundizando la importancia del prosumidor. La metodología de esta investigación partió de analizar el planteamiento narrativo del documental transmedia en su rol social a través de una producción.

Los parámetros de la técnica cualitativa y de observación fueron las herramientas encargadas para el análisis de cada una de las plataformas y recursos desarrollados en el documental transmedia. Los escenarios escogidos fueron Facebook, Twitter, Youtube, línea telefónica gratuita para testimonios y una página web interactiva, para la difusión del contenido.

Con relación a la búsqueda de la justicia y con participación de las víctimas se logró diseñar un formato analógico- digital conceptualizado como documental transmedia. Así, tuvo como resultados en Perú, la gran difusión de campañas radiofónicas en estaciones comunitarias promoviendo cada testimonio de las víctimas a la sociedad, para dar a conocer los actos bélicos en contra de su voluntad.

Así mismo, las víctimas de esterilizaciones forzadas pueden gracias a sus testimonios, construir un legado de memoria histórica social. Por ello, la plasmación interactiva de cada contenido desde la transmedia comprende el choque de los medios tradicionales con la nueva era digital.

Por su sencillez, por la forma en cómo se propaga y el formato en el que se divulga, los memes se ha convertido en una nueva forma de comunicar. Por lo tanto, Teresa Piñero y Xabier Martínez (2016), de la Universidad de Coruña, España (2016), en su investigación *“Los memes en su activismo feminista en la red #ViajoSola como ejemplo de movilización transicional”*, argumentan que “La esencia digital de los memes y sus contenidos provocadores facilitan su viralización”

Tras el estudio de caso como método de investigación de #ViajoSola como acción feminista transicional, se abordó la implementación de memes entorno a la web 2.0. Esto permitió destacar que los memes son una estrategia comunicativa que formula una interacción social, capaz de incrementar

alternativas que permitan una mayor comprensión de contextos. Asimismo, se empleó una propuesta de análisis semiótico- visual y meta- función interactiva, que conlleva a concretar la relación que establece con el espectador.

Los primeros contenidos fueron ilustraciones coloridas de mujeres líderes en el activismo feminista generando simpatía con los internautas. Las fotografías fueron recreadas buscando establecer una identidad en la red, y estuvieron acompañadas de mensajes sencillos. La composición de tipografías y mensajes visuales, fueron otra alternativa para el lanzamiento de estas protestas.

Toda la distribución de imágenes generó una narrativa de movilización global. Permitió profundizar la construcción espontánea mediática de dos jóvenes puestas en escena a través del feminicidio, contra la desigualdad de género, la violencia contra las mujeres o el sexismo mediático.

Para Victoria Tur-Viñes y Raúl Rodríguez Ferrándiz (2014), de la Universidad de Alicante, Alicante, España. Chile (2014), en su investigación del *El Caso de Pulseras Rojas en el Grupo Oficial de Facebook*, (Viñes, Ferrándiz, 2014), consideran que “los contenidos deben realizarse con el fin de adaptar cualquier formato comunicacional, involucrando así directamente al público”. Esto refleja los distintos medios que se han convertido en una herramienta exclusiva para la construcción de relatos.

En esta investigación su objetivo principal es indagar el uso que Antena 3 realiza a través de la comunicación en la plataforma de Facebook con el grupo pulsera rojas, en primer lugar se realizó un análisis de la estrategia comunicativa, y cada contenido generado en esta serie, identificando las características que motivaban la entrada.

No obstante, la red social que generó mayor impacto en la audiencia a partir de los contenidos difundidos fue Facebook, allí la creación de guiones cortos, post con fotos de los actores, capsulas del



detrás de cámara, personajes alusivos a la serie, la adaptación textual, y realizar actividades relacionadas con el tema produjo efectos en las audiencias. Cada contenido fue publicado en las 31 páginas de Facebook, la idea principal fue lograr atraer diferentes tipos de población que pudieran interactuar e identificarte con los contenidos publicados.

Se concluye en esta investigación que generar contenidos desde la narrativa ayuda a la construcción de la transmedialidad. Y producen una mejor contextualización cuando la información es eficaz y accesible. Por eso, la serie logro detectar un 72% de entradas con contenidos adaptados y visibilizarse gracias a cada post difundido creando interés en los consumidores.

No obstante, Gabriela Ardini y Belén Barroso de la Universidad Nacional de La Plata Argentina (2016), en el proyecto de *“Las narrativas transmedia en la educación para la integración del adulto mayor”*, consideran que “las tecnologías están ahí para alcanzar cada objetivo planteado y visibilizar contenido que genere un cambio social”. (Ardini, Borroso, p. 5).

El objetivo primordial era promover la participación y la intervención de los adultos mayores mediante estrategias de narrativas transmedias. La estrategia se denominó “los viejos cuentan” en donde se personalizo un personaje de ficción en este caso una mujer, que se llamaba “Anita”, una adulta mayor caricaturizada, que compartía textos a cerca de la problemática de la exclusión del adulto mayor, pero de una manera interactiva. Esto conlleva a que estos contenidos transmedias se compartieran en diferentes plataformas como twitter, Facebook y Wordpress.

A través de este proyecto se alcanzó visibilizar las competencias reales que tenían los adultos mayores con los medios. Fueron capaces de apropiarse de cada herramienta promoviendo contenidos en redes sociales para integración e inclusión mediante las estrategias de las narrativas transmedias.

Carlos a. Scolari (2012), de la Universitat Pompeu Fabra España (2012) en su artículo de ***“Narrativas transmediática, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación”*** presenta los resultados generales de una investigación sobre las narrativas transmediática producidas en Cataluña. Esta miniserie llamada Serrallonga - Águila Roja utilizo diferentes plataformas en donde producía contenidos transmediaticos, así mi “águila roja” era un video juego creado a partir de la miniserie, un libro web en donde el contenido generaba interrogantes y parodias generadas por el público.

El resultado de esta interactividad creada fue la viralización aún más de la miniserie Serrallonga, fue conocida en Cataluña por estar en una de las mejores taquillas. A lo anterior se suma, que los productos audiovisuales producen un discurso narrativo que conectan la expansión del relato.

Según Irene salas Ferrer, Argentina (2017), en su proyecto de investigación (Irene, 2017) de la Universidad Jaume I, ***“los universos transmedia permiten aprovechar los beneficios de los medios para expandirse a diferentes públicos”***, (Ferrer, 2017, p. 8).

Así, el fomentar la participación en los procesos digitales da prioridad a que el consumidor se sienta atraído y se retroalimente de cada proceso a la interacción narrativa, contribuyéndole así una experiencia participativa completa. Esta investigación pretende dar visibilización al ciclo menstrual para esclarecer el concepto sin tabúes ni prejuicios.

El interactuar con las personas que querían hacer parte del proyecto, fue una base para recoger un análisis de sus características, y perfiles de los personajes para la realización de los contenidos, que fueron trabajados a través de una página web, ilustraciones, micro relatos y concursos de fotografías. Esto con llevo, a que en Argentina se diera a conocer el ciclo menstrual como parte de la identidad de la mujer, promoviendo así el respeto y la equidad.

Una importante característica de las campañas transmedia, es la implicación del usuario en las expansiones narrativas, convirtiéndose en una audiencia activa que busca información, emitir opiniones y crear nuevos productos en las historias transmitidas.

En Santiago de Chile también se desarrolló un artículo científico titulado “*Narrativas Transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers*” Realizado por Mar Guerrero – Pico, Carlos A. Scolari, publicado en el 2016 en la página CUADERNOS.INFO de la Facultad de Comunicaciones, pontificia universidad católica de Chile.

Tuvo como propósito analizar los contenidos desarrollados por los usuarios de las narrativas transmedia, con 25 producciones procedentes de series televisivas (Lost: ABC, 2004-2010. Y Fringe: FOX, 2008-2013) para comprender los nuevos formatos digitales ejecutados por los fans.

El objetivo principal del artículo fue analizar un tipo especial de textualidad: los crossovers; El crossover se puede definir como una revelación más de la cultura entendida como remix, una alternativa que combina 1 o más contenidos, creando una historia.

Su metodología fue entrelazar aportes de ramas como la semiótica narrativa y la narratología, que son el estudio de los diversos signos que permite la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y recepción para analizar las piezas gráficas de los usuarios.

Como conclusión del artículo es importante reconocer los nuevos formatos breves audiovisuales o transmitidos por plataformas digitales como Youtube o Twitter, redes ampliamente dominadas por usuarios, y así eliminar el imaginario colectivo de reconocer solo el formato libro como la única herramienta para informar y entrelazar personas. Debido a que en los resultados arrojaron diversos tipos de crossovers, que eliminan cualquier clasificación.

De esta investigación podemos entender la importancia de todas las herramientas híbridas para visibilizar el centenario de la Biblioteca Pública y no encerrarse en las dinámicas tradicionales.

*“Narrativas transmedia con jóvenes universitarios. Una etnografía digital en la sociedad hiperconectada”* fue un proyecto realizado por José Miguel Gutiérrez Pequeño, Eduardo Fernández Rodríguez y Laura de la Iglesia Atienza de la Universidad de Valladolid - Facultad de Educación de Palencia España, Publicado como artículo en la revista digital Análisi Quaderns de Comunicació i Cultura en el 2017.

Su propósito fue estudiar la preproducción, producción y postproducción de contenidos transmedias, basados en la creación de jóvenes universitarios en el ámbito de educación social. Partiendo como objetivo de la investigación el análisis del diseño y presentación de herramientas dinámicas donde se entrelazan la participación guiada y apropiación participativa.

Su metodología fue combinar la investigación narrativa con la etnografía digital de la elaboración y producción de piezas transmedia por el alumnado, esto desarrollado con 53 estudiantes de las cuales 44 son chicas y 9 son chicos entre los años 18 a 19 años.

Como resultado de estudio de identifico que los alumnos incorporan constantemente las prácticas de diseño, análisis, producción y difusión de contenidos con la capacidad de crearlas e innovarlas culturalmente a partir de una problemática principal. Redefiniendo el rol activo que desarrolla los social media y la cultura digital como enlace de empoderamiento social y ciudadano.

Este artículo nos permitió confirmar y ver estas nuevas tendencias transmedia con sentido social, que desarrolla un cambio comunitario, culturalizando y sensibilizando sobre temas de interés colectivo.

Así mismo se realizó un proyecto final realizado por Fonseca Hidalgo Jose Andrés para su master Gamificación y Narrativa Transmedia

de la institución Innovation & Entrepreneurship Business School (IEBS) en el año 2017, publicada en el repositorio institucional de la universidad de costa rica.

Fonseca tuvo como propósito llegar a una variedad de públicos diversos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) de una forma enfocada, diferenciada y lúdica, para generar su involucramiento durante la celebración de su 50 Aniversario.

Teniendo como objetivo una dinámica transmedial que entrelace distintos públicos que componen la comunidad de la ECCC para crear participación en las distintas áreas digitales, y así conmemorar la historia y el rol que tiene la ECCC como agente de cambio personal, profesional y social.

Esto se desarrolló con diversas plataformas virtuales que generan producción y emisión de estos contenidos interactivos, sin abandonar el ámbito físico y real de la ECCC, creando dinámicas de encuentro, comunicación, reconocimiento y celebración.

Concluye que la dimensión transmedia de la propuesta se logró concretar, debido a que comparte sus componentes a través de diferentes plataformas para ofrecer otras experiencias en cada uno de los públicos, sin desviar el mensaje y objetivo central de la conmemoración.

Esta investigación nos confirmó la importancia de utilizar los diversos principios que contiene la Narrativa Transmedia expuesta por Jenkins, debido a que genera una interacción y recordación en las personas sobre X tema, en este caso las celebraciones de entidades u organizaciones.

Otro proyecto sobre estas tendencias digitales, es el de Guimoye Martín y María del Mar titulada “*Narrativa transmedia en las series de ficción española (caso de la que se avecina)*” publicada en 2017 en el depósito de investigación, universidad de Sevilla de España, para su titulación como Periodista.

El propósito de generar una reflexión sobre las nuevas posibilidades que desarrollan las narrativas transmediales y que rompen los estándares audiovisuales en sus discursos. Partiendo como objetivo el análisis de la serie de ficción nacional “la que se avecina” y la experiencia que brinda hacia los usuarios.

En su metodología está el estudio de las diversas plataformas que emplea y vincula a los públicos, como la web, redes sociales, multimedia, publicaciones, merchandaising, las diversas estrategias implantadas en la difusión y la forma en como capta la atención de los espectadores.

Como resultado se observa que el espectador es el principal consumidor de las narrativas transmediales y el encargado de difundir y expandir el contenido, desarrollando el rol de prosumidor. Generando experiencia y testimonios novedosos sobre la historia de la serie.

Esto confirma que estas nuevas herramientas que rompen los lineamientos audiovisuales, pueden generar mayor audiencia y vivencia por su contenido dinámico, desempeñando un papel importante en las audiencias.

### **2.1.2 Nacionales**

Existen variedad de medios como métodos para hacer que el prosumidor explore los contenidos y haga participe de la narrativa, otro ejemplo de esta iniciativa es *El Proyecto Rosa del medio de comunicación digital de Bucaramanga La Silla Vacía* agosto del (2012), con el objetivo de mantener y hacer visible la vida de Rosa Amelia Hernández, nombrada líder por la lucha constante de los derechos de las víctimas de la violencia y desplazamiento forzado en Colombia.

Se difundieron contenidos periodísticos, obras de arte, carteles y canciones en honor a su trabajo, además de las siguientes acciones, se creó un apartado web “Yo apoyo a Rosa” en el que se

anima al consumidor a convertirse en prosumidor y productor, generando contenidos propios como canciones, gráficos u obras audiovisuales para difundir de manera online u offline. Su diseño se realizó con Adobe Flash desde el año 2013, lo que ha dejado de ser compatible con las últimas versiones de Android, el operativo más extendido en el mundo, restándole visibilidad al programa.

De todas maneras, el medio de comunicación logró en sus comienzos una de la mayores y aceptadas conmemoraciones entre el público, aumentando el conocimiento frente al legado de la líder Rosa Amelia Hernández y obteniendo la multiplicación de interacción de comentarios como contenidos entre los usuarios.

Del siguiente aporte, se pudo retomar la necesidad e importancia de incluir al usuario en las narrativas transmedias, obteniendo su identidad propia y expandiendo la información desde diferentes perspectivas; esto ayuda al aumento de la visibilización, valor e interacción por parte del receptor, logrando llegar a diversas direcciones con los productos comunicados.

No obstante, Omar Rincón y Carolina Forero (2008), de la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia (2008), en su análisis De *visualidades sonoras mediáticas: “nunca habíamos sido tan sonoros como cuando somos digitales”*, (Rincón, Forero, 2008).

Argumentan que *“la sonoridad juega un papel importante en la construcción de narrativas transmedias, el modo de comunicar tradiciones, y la manera en que logra atrapar al usuario emocionalmente”* (2008). Así, sumergir al espectador en diversas texturas sonoras genera un estímulo que conlleva al consumidor a sentirse identificado con un ritmo o una melodía, ***¡dejemos la sordera tomemos en serio la narración sonora!***

El objetivo de este análisis es dar a conocer la sonoridad mediática como eje central en la divulgación de contenidos. Por ello, lo sonoro determina y emplea dimensiones que logran convertir

cada táctica de comunicación en nuevas formas de narrar. La fotografía digital, las obras, la imagen, el vídeo y el diseño fueron piezas empleadas en el análisis, estas estuvieron acompañadas de sonoridad, lo cual logró establecer que pueden construir su propio universo comunicativo. A conclusión lo sonoro determina la verosimilitud del relato, al contar con ritmo cada narración.

Por otro lado tenemos la campaña “*no es normal*”, que nos corrobora la importancia de difundir la información en las nuevas plataformas digitales, que ayudan a incrementar el movimiento de masa. Esta iniciativa, surgió en la **Universidad de los Andes de Bogotá (2014)**, que tenía como resultado mostrar y acabar los escenarios que se presentaban en la universidad hostigamiento, acoso, violencia sexual, ambientes hostiles, entre otras, rechazando todo acto de normalidad.

Comenzó con un artículo de la revista académica, mencionando los propósitos que tenía la campaña: después de la abertura, se concluyó en la realización de una página Web que brindara un espacio de visibilización donde las personas que han sido acosadas pueden expresar sus experiencias y obtener orientación; en segundo lugar, tiene el propósito de evidenciar una situación que actualmente es tolerada por las y los estudiantes por medio de su página oficial en Facebook “no es normal” mostrando videos que son interpretados por actores, donde se cuenta una historia que lo que permite es desnaturalizar este tipo de violencia y que los espectadores piensen “efectivamente eso no es normal”.

Tuvo como resultado final, disminuir y evidenciar todo acto de maltrato hacia la mujer, como el empoderamiento de la misma por defender sus derechos y hacer resistencia frente a los diferentes acosos. Se obtuvo acogida de la mayoría de las mujeres Universitarias que asistían a las instalaciones de la institución, siendo un gran movimiento en su momento.

En el trabajo mencionado en el párrafo anterior, se centra en la construcción de diferentes piezas comunicativas que pueden ser divulgadas en los diferentes medios, con el fin de captar la atención y



permea el mensaje, logrando inclinar más el promedio de alcance; es ahí la importancia de su referencia al momento de iniciar la campaña.

Así mismo se ha realizado un artículo científico titulado *“El relato de viajes como narrativa transmedia”* por Adolfo Baltar Moreno y María Clara Valencia, docentes del departamento de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar – Cartagena de Indias, Colombia. Publicado en la Revista Digital ICONO14 el 1 de enero del 2016.

Tiene como propósito conocer exhaustivamente la magnitud de alcance que tienen los diversos relatos como universo de estudio de las narrativas transmediales. Esto a partir de 80 contenidos enfocados en experiencias de viaje y expuestas en varias ediciones del Festival Le Grand Bivouac.

La investigación con rige de estudio sociológico tiene por objetivo *comprender mejor el mundo a través del testimonio de los grandes viajeros*, para analizar el imaginario en pre-pro-post producción de las diversas piezas gráficas realizadas (libros, films, diarios de viaje, exposiciones fotográficas, etc.) que entrelaza a los espectadores con el mundo del autor.

Su metodología fue a partir de análisis de contenidos publicados en el sitio web del festival, guiada por una ficha técnica (título, sinopsis, temática del viaje, fuente de financiación) elaborada por los investigadores para identificar las piezas narrativas y las posibilidades de mayor alcance e interacción con el público, realizada durante los meses de Julio y Agosto del 2015.

Arrojando como resultado que el lenguaje audiovisual, herramientas digitales, relatos intergénero, interclase e intergeneracional son elementos importantes para la existencia de un nuevo modelo de narrativa del viaje.

El análisis contribuyó al proyecto de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, a partir del Storytelling contado por fotografías, ebooks, videos, etc. Para entrelazar a los espectadores y desarrollar una interacción y recordación del contenido.

Por otro lado, Rodríguez Ruiz, J., & López Peinado, L., & González-Gutiérrez, L. (2015). En su investigación *La narrativa transmedia como experiencia de simulación de inteligencia colectiva. El caso de Atrapados*. Signo y Pensamiento, XXXIV (67), 60-74.

Se enfocaron en las vivencias transmediales con su proyecto Simulador IC, un espacio digital de pruebas para la simulación de inteligencia colectiva, explorando el impacto de cuatro piezas ficcionales: Texto literario, Cómic, Vídeo Juego y Juego de Rol, a partir de un texto literario fuente.

Este tiene como objetivo principal identificar cuáles son los formatos semánticos más aptos y flexibles que favorezcan los espacios de simulación, generando conocimientos efectivos desde el espacio cibercultural.

Durante el desarrollo de la investigación, se ejecutó una metodología modo observacional, allí se evalúa el nivel la sensibilidad social de los grupos de trabajo para enfrentar problemas antes y después de utilizar las piezas digitales, siendo aplicado a 21 estudiantes de un curso de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Como resultado final se afirmó que las estrategias de simulación ficcional fueron importantes para el desarrollo colectivo y cumplimiento del objetivo principal, confirmando que a través de una historia entrelazada con juegos, comics, etc, puede generar cambio y desarrollo en los cibernautas.

De esta investigación nos confirmó que las narrativas Transmedia es una potencia para generar historias en momentos complejos.

De igual manera, Atarama-Rojas, T. y Menacho-Girón, N. (2018).en su investigación *Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War*. *Revista de Comunicación*, 17 (1), 34-56. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A2>

Tuvo como propósito detallar y reflexionar sobre la transcendencia que tiene la parte transmedia. Partiendo del objetivo principal que es estudiar el ecosistema mediático de Civil War de Marvel, Comic que inició como un crossover y que actualmente se considera como uno de los casos de narrativa Transmedia más completo y complejos en relación a los medios utilizados.

Durante su metodología realizaron un constante análisis de los diferentes materiales utilizados, comprobando el enriquecimiento que genera el uso variado de múltiples medios dinámicos e integrados en su ecosistema digital.

Uno de los nodos utilizados fue Cómics, Cine, Televisión, Juegos, Eventos, Publicidad, Sitio Web, Redes Sociales, Juguetes/Productos, App, estos fueron evaluados por el contenido y la plataforma medio por donde se difundía.

Según los resultados obtenidos en la investigación, se confirmó que la narrativa Transmedia puede ser adaptada a una variedad de medios y plataformas para visibilizar y capturar el interés del público.

Fundamenta a esta tesis, desde el punto que los mundos transmediales estarán enriquecidos en función a la diversidad de medios que lo conformen y que no es necesario que todos posean un desarrollo narrativo.

## **Regionales**

Dentro de los antecedentes regionales Carlos Alberto Beltrán Arismendi y Frank Alexander Rodríguez Rojas (2018), en su investigación *“Escenarios de Narración Transmedia en Contextos de Interacción Social: “Pintaramanga”*, de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, UNAB Bucaramanga, Colombia.

Plantearon reconocer los diversos reconocimientos del “otro” en el territorio, el objetivo principal del proyecto “Pintaramanga”, fue mejorar la apropiación y valoración del territorio para incidir en la calidad de vida de los habitantes del barrio Colorados de la ciudad de Bucaramanga, a través de estrategias de cocreación y experiencias transmedias como actos de reconocimiento a la identidad del territorio.

Por lo tanto, el mundo ficcional para la estrategia transmedia “pintaramanga”, proporcionó nuevas alternativas para un diseño de experiencia transmedia. Basada principalmente en el rescate de la memoria del barrio. Asimismo, sus propios habitantes fueron participes del proceso de recolección de relatos, tanto en el ámbito personal como social, de esa manera la información adquirida logra traspasar viejos escenarios y llega a un contexto de democratización en su proceso de producción y emisión.

Para esta estrategia se utilizaron las redes sociales para la publicación de contenidos como: tráiler, imágenes o documental web, permitiendo que la audiencia lograra tener un mayor consumo de piezas gráficas. En conclusión, esta investigación se convierte en un referente importante para el proyecto, porque establece que la narrativa transmedia es una manera diferente de contar relatos, en donde las audiencias se sumergen en nuevos contextos logrando así una experiencia enriquecedora.

Igualmente, en un estudio realizado por Norberto Fabián Díaz Duarte y Antonia María Moreno Cano denominado *Estrategia transmedia de comunicación #Yosoydiverso* de la Universidad Manuela Beltrán seccional Bucaramanga- Colombia. Vincularon diferentes procesos y herramientas que permitieron que la comunidad académica de artes y diseño de la ciudad tuviera la posibilidad de convertirse prosumidores, la metodología de esta investigación fue de carácter cualitativo y el objetivo principal fue identificar las expresiones de discriminación que en el contexto académico.

Por ello, implementaron una estrategia transmedia en donde crearon un *ebook* que iba acompañado de fotografías y el *#YoSoyDiverso*, esto relataba la no discriminación y experiencias personales, se incluyeron de igual manera dibujos realizados por los participantes y también hubo participación de actores sociales. Los contenidos realizados se entrelazaron con las redes sociales para darle mayor visibilización al contexto por el que pasaba la academia de artes y diseños.

A partir de esto, se considera que la importancia de esta investigación para el proyecto se vincula directamente al querer generar un cambio social a partir de expresiones y contenidos creados por los participantes, la diversidad humana es una condición que se debe respetar, por ello la narrativa transmedia permite generar interés con contenidos interactivos buscando un cambio social.

## **2.2 Bases teóricas**

Para la ejecución y desarrollo de la propuesta es importante abarcar diferentes terminologías que en la era 2.0 son tendencias y que en algún momento de la pre-pro o postproducción se relacionan entre sí.

### **2.2.1 Comunicación Digital**

Al pasar de los años se ha visto como los medios de comunicación tradicional, han ido descubriendo y posicionando su nueva identidad o funciones en el nuevo escenario de la red. Esto es debido a que la tecnología ha producido y sigue haciendo notables transformaciones en la sociedad, generando cambios en la relaciones del hombre con su entorno social.

Con tan solo un clic se ha logrado la interacción, dinamismo, producción y evolución para humanizar la comunicación por medio de diferentes aparatos tecnológicos, que permiten obtener la información en un instante.

Esta aceleración y cambios de traspaso de datos, ha hecho que diferentes plataformas mercantiles, sociales, educativas, culturales y políticas hagan usos de estos medios digitales, que traen consigo nuevas audiencias dispuestas a consumir y visualizar cualquier tipo de contenido que sea de su agrado.

Esta capacidad de alcance, provoca que el ser humano reorganice sus hábitos y procesos que lo involucra con la sociedad, logrando una “revolución digital” como lo menciona el catedrático de derecho de la información, De la Serna (2001), en el prólogo de la obra Ciberperiodismo:

Con ella aumenta la cantidad, la calidad y la velocidad de lo que se transmite, aumenta la comprensión y disminuye el espacio de la información, lo que convierte todo esto en el fabuloso mecanismo de distribución de poder, instrumento básico para la aceleración del proceso de globalización que hoy se vive en todos los ámbitos de la sociedad, esa misma que desde los años 70 se le conoce como la sociedad de la información.

La apuesta por la comunicación digital gracias al crecimiento del internet, permite un cambio de forma y fondo en el discurso que precipita la necesidad de estudiar la interacción, no solo comercial sino también social que intercambian culturas, hechos, noticias y acontecimientos que mejoran el comportamiento humano frente a la inclusión.

El Licenciado en comunicación social y doctor en lenguajes de la comunicación Carlos Scolari (2008), menciona en su libro *Hipermediaciones* “que la comunicación digital está sumergida en todos los ámbitos, es un proceso de producción y distribución que se realiza con la ayuda de las tecnologías digitales, permitiendo el desarrollo de un soporte analógico en digital, sin excluir lo que se conoce como los diarios impresos”. (Scolari, 2008,)

Esto ha connotado la capacidad del hombre en desglosar datos, procesarlos y comunicarlos frente a los demás receptores, para así de esta manera, crear vías alternas de debates e interacción de conocimiento sin importar la distancia.

No obstante, para Lev Manovich uno de los teóricos principales de la cultura digital en todo el mundo, en su libro *“el lenguaje de los nuevos medios”* (2001) manifiesta que “éstas herramientas son programables, a diferencia de los viejos medios, y que contienen nuevas capacidades en donde el

usuario puede aprovechar al máximo ya que en estos nuevos medios se comparten el mismo código digital”. (*Manovich, 2001*).

Esto permite que el contenido se reproduzca en cualquier aparato, como un ordenador o un celular, en donde la veracidad de la información sea auténtica. La representación digital muestra una perspectiva diferente a la hora de adquirir alguna información, su dinamismo se transforma en una variable que aborda constantemente nuevos espacios de interacción.

Por ello, se permite una convergencia tecnológica a través de: la traducción de textos, imágenes, videos, películas y audio a los cuales se puede acceder a través de los ordenadores. El resultado de esta traducción son los nuevos medios.

No obstante, Patricia Bertolotti en su posgrado de “conceptos básicos comunicación digital”, de la Universidad Nacional de Misiones de Argentina, define los espacios como “un proceso que va ligado al comportamiento humano y a las estructuras de la sociedad” (*Bertolotti, 2014*). El esquema comunicacional nuevo se desenvuelve también en redes sociales formando comunidades virtuales, las cuales están siempre activas desde la participación, colaboración e intercambio del flujo de información, el cual ha sido de gran impacto para el desarrollo integral.

Finalmente, José Luis Molinuevo (2004), señala que “las tecnologías no son un “anexo” externo a nosotros, sino herramientas que atraviesan absolutamente la vida cotidiana al punto de terminar siendo co-constitutivas de nuestra subjetividad y objetividad”, por lo tanto, la comunicación digital constituye una innovadora manera de percibir, interactuar y de mostrar el mundo al estar interconectados.



### 2.2.2 Cross-media

La Cross media es una estrategia integral de marketing que permite la conexión con los usuarios de una forma más directa, haciendo que el consumidor salte de una plataforma a otra para que permanezca conectado. Se empeña en buscarle una experiencia al receptor a través de sus emociones y así lograr su fidelización a la campaña, que fue estructurada bajo sus gustos y preferencias.

A diferencia de la transmedia, este difunde un mismo mensaje que es adaptado y replicado a todas las plataformas requeridas, con el fin de llegar a más personas como lo explicaba (Fierce Wireless, 2009) “la estrategia cross-media responde principalmente a la necesidad de ampliar las fronteras de los programas a otras plataformas y dar nuevas opciones de participación a la audiencia”.

Dicho lo anterior, si el material es expuesto en diferentes soportes, se podrá valorar su eficacia narrativa, es decir, la forma adecuada y creativa de expandir un relato original, que lleva al aumento del número de alcance cibernético. Esto está afirmado por autores como Henry Jenkins, que en repetidas ocasiones en el año 2003, dijo que “el contenido a través de múltiples plataforma y canales representaba el futuro del entretenimiento”.

Esto es debido a que el lenguaje audiovisual estará presente en diversos medios como webisodes, episodios (TV) o videos juegos que crearan y fomentará el crecimiento positivo del producto narrativo, para así tener diferentes lenguajes de una forma anidada, como lo explica (Altman, 1999; Berger, 1992) “entender el género narrativo como un elenco de fórmulas para la construcción de un relato efectivo que la audiencia pueda reconocer”, lo que indica hasta qué punto la elección de este determinará su eficacia y característica.

En este sentido, la serie de televisión Battlestar Galáctica 2003, ha expandido su ficción a través de variadas locuciones (icono audiovisual o interactivo) y medios (comics, series de televisión,

miniseries, blogs, wikis...) que facilitó y mejoró el consumo autónomo y enriquecimiento de audiencia frente al relato central.

En concreto, debido a la riqueza del contenido en las historias narradas, se complementa la creación y promoción de los contenidos reforzados o relacionados a la audiencia, como lo menciona (Beeson, 2005; Scolari, 2009, Davidson, 2008) “todo conjunto de relato tiene un centro de origen, un producto primitivo que, desarrollado en un lenguaje determinado (audiovisual, escrito y secuencia) es ampliado y transformado por la aplicación de otros lenguajes”.

No obstante, las diferentes narrativas croosmediales debido a su profundidad temática y a las técnicas realistas que se emplean, logran que aficionados se sumerjan y sientan la necesidad de consumir los contenidos.

### **2.2.3 Multimedia**

La multimedia tiene la capacidad de integrar el lenguaje tradicional de los medios impresos y audiovisuales, con otros instrumentos animadores que permitan complementar y facilitar el auto-aprendizaje.

Caminos et al. (2006) afirman que los medios digitales “han permitido la creación de informaciones en las que se puede integrar texto, sonido, imágenes fijas o en movimiento, infográficos, animaciones, etc.” (p.333). Según los autores, estos textos multimedia obligan a “pensar de qué forma adecuada se pueden estructurar e integrar todas estas potencialidades en un único texto que además sea perfectamente inteligible para el lector”.

Lo anterior también hace alusión, al *software* ya que este se constituye como el sistema operativo que genera una gran importancia en la ejecución del contenido multimedia, puesto que el desarrollo del sistema permite resolver necesidades en los medios de comunicación, generando una mayor interacción y difusión de la información.

No obstante, dentro la multimedia los sitios web han sido el despliegue de muchos contenidos y asimismo han logrado cautivar la audiencia con su dinámica, para el Dr. Pere Marquès Graells, (1999) en su estudio de “los espacios web multimedia: tipología, funciones, criterios de calidad”, considera que el internet y los sitios web son un conjunto determinado que llevan a cabo ciertos aprendizajes, y con mayor accesibilidad.

Por consiguiente, estos espacios conciben toda una serie de funciones como informar, facilitar aprendizajes, entretener, motivar y posibilitar la comunicación con otras personas, adaptando nuevas alternativas de comunicación online.

#### **2.2.4 Narrativa Transmedia**

Las narrativas transmedias han presentado un cambio drástico en la forma tradicional de crear contenidos, una estructura convergente de diseñar relatos para múltiple plataforma, ampliando los ciclos creativos, de posicionamiento y aumento de audiencia.

Se despliega la oportunidad de interacción e innovación para los métodos de aprendizaje y enseñanza, a través de plataformas que resultan llamativas e interesantes para que el espectador pueda introducirse en la expansión narrativa.

Su principal característica de narración, es que permite la participación de los receptores en la historia, ya sea a través de la interacción o producción de sus propios contenidos. La esencia no es publicar la misma historia en todas las plataformas, si no generar diferentes piezas para cada canal, que conecte a la audiencia por su contenido.

Este concepto viene acuñado desde 1991 en la academia Marsha Kinder, de la University of Southern de California, donde incluyó el término para explicar la nueva forma de contar los acontecimientos donde se ven implicados los consumidores. Por otra parte, Henry Jenkins (2003) utilizó el significado para darle sentido a la nueva era digital, señalando el comienzo de una “nueva era de convergencia de medios” en la que se “vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”.

Actualmente, se sigue implementando su concepto en los variables libros escritos por literarios, entre los cuales se destaca Scolari (2013), quien define la NT como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, en la cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (2013, p.46).

Jenkins (2006) utilizó por primera vez el término de Narrativa Transmedia en su libro “Convergence Culture”, donde explica cómo a través de la implicación de este método en los ámbitos comunicativos, se puede expandir el relato en el contexto audiovisual, explicando que “Una historia transmedia se desarrolla en múltiples plataformas de medios, con cada nuevo texto haciendo una contribución distintiva y valiosa al conjunto.

En la forma ideal de narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia se puede presentar en una película, expandida a través de la televisión, novelas y cómics; su mundo podría ser explorado a través del juego o experimentado como una atracción del parque de

atracciones. Cada entrada de franquicia debe ser independiente, por lo que no es necesario que haya visto la película para disfrutar del juego, y viceversa. (2006, p.95-96)

### **Capítulo III Propuesta de Producción**

#### **3.1. Presentación de la propuesta comunicativa**

Se diseñaron piezas interactivas como: infografías, vídeos, imágenes, audios, textos, entre otros contenidos encontrados en la narrativa transmedia, logrando posibles combinaciones entre todos los productos.

Esto se desarrolla analizando la población a quién va dirigido el tema, aprovechando que la multimedia es una posibilidad para concientizar a través de los formatos dinámicos una información, no solo es emitir, sino educar a través de estas. El desarrollo multimedia facilita la explicación y ejecución de contenidos, por implicar sentidos e innovación.

Todo se desarrolla desde una narrativa transmedia, principalmente porque se encarga de generar nuevos espacios comunicativos en donde las audiencias están hiperconectadas y hay un proceso de una sofisticada experiencia. Desde un cambio en su diseño, contenido, y mediante, las narrativas transmedia nos permiten contar historias en diferentes soportes y formatos como lo menciona Carlos Scolari.

Con esto se quiso consolidar el centenario de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero en la Ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, para reconocer el liderazgo, la historia y la trayectoria de la biblioteca como institución social desde espacios de reflexión, dialogo y construcción colectiva, dinamizando los diferentes actores culturales, sociales, y educativos.

### **3.2. Objetivo**

Consolidar desde una estrategia de narrativa transmedia el Centenario de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero de Cúcuta, Norte de Santander.

### **3.3. Público objetivo**

San José de Cúcuta, Norte de Santander cuenta con aproximadamente 750 mil habitantes, según la *III encuesta nacional de percepción pública de la ciencia y la tecnología, Colombia 2012* confirma que el 41,98% de los ciudadanos de la perla del norte utilizan redes sociales, en la actualidad el acceso a internet se ha ampliado a partir de las zonas WI FI brindadas por el gobierno nacional, permitiendo que las personas se conecten de forma constante en los medios digitales para recibir información.

Debido a lo anterior este proyecto fue dirigido a los 15.392 seguidores de la página de Facebook de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero y los 41,98% de los cibernautas norte santandereanos.



Guion de contenidos gráficos			x	x										
Presupuesto				x										
<b>PRODUCCIÓN</b>														
Equipo Técnico					x	x	x	x						
Entrevistas					x	x	x	x						
Grabaciones externos					x	x	x	x						
Maqueta editorial					x	x	x	x						
Ejecución de estrategias					x	x	x	x						
Estructuración del Ebook					x	x	x	x						
<b>POSTPRODUCCIÓN</b>														
Edición de Imagen									x	x				
Edición de Sonidos									x	x				
Edición de Vídeos									x	x				
Edición del Ebook									x	x				



Emisión de contenidos											X	X	X	X
Promoción del producto											X	X	X	X

### **3.5. Etapa de preproducción (informe procedimental del desarrollo de la etapa)**

La idea principal de este proyecto fue consolidar el Centenario a través de un Ebook, que contiene diversidad de piezas gráficas como audios, vídeos, imágenes, infografías y textos. Se centra desde los primeros servicios ofrecidos por parte de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero hasta la actualidad y las estrategias de interacción en el plan estratégico de medios.

Se estableció el tiempo de duración que tendrá el Ebook, para captar la atención del lector y fidelizarlo de una manera dinámica, logrando una interacción constante a través del fanpage. Utilizando un tono coloquial, y establecer los equipos técnicos a utilizar al momento de grabación.

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

Los criterios de selección para este proceso de investigación, fueron los siguientes:

- Trabajar en la Corporación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.
- Tener un vínculo comercial, de usuario o de contrato con la Corporación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.
- Ser lector habitual de la Corporación Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero.

La estructura temática de los productos transmediales realizados se basaran en aspectos fundamentales como la trayectoria histórica que ha tenido en la capital norte santandereana, relacionada con su liderazgo, desarrollo social y cultura en la región.

Así, se logra que la comunidad en general conozca a la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero por sus valores representativos, sucesos trascendentales durante sus cien años de funcionamiento, la conservación y fortalecimiento del lugar emblemático.

### **3.5.2 Diseño de las técnicas de investigación requeridas para el desarrollo multimedia seleccionado**

Se manejó una investigación con enfoque cualitativo de método descriptivo, que permitió consolidar a través de entrevistas semi-estructuradas el centenario de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero en su siglo de servicio, donde participaron varias personas pertenecientes a la entidad. De la misma manera, esta se articuló con la revisión documental la cual facilitó el proceso de investigación, fortaleciendo la información recolectada.

La metodología utilizada se seleccionó con el propósito de reconstruir la realidad desde una perspectiva más profunda, desde la experiencia, opiniones o entrevistas que observan los actores de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que el enfoque cualitativo “se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigara) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significado”.

Por lo tanto, este enfoque permite reconocer y acercarse a los colaboradores de una forma más natural, en donde el proceso de investigación se traslada a interactuar con los participantes, según Taylor y Bogdan (2008) dicen que “la investigación cualitativa pretende comprender lo que dice la gente”.

Es decir, que el método de estudio se convierta en un todo el cual permita realizar el registro narrativo del contexto investigado.

### **3.5.3 Diseño del esquema del desarrollo multimedia**

Para el desarrollo de la estrategia en medios se desarrolló los siguientes productos multimedia.

- **Vídeo Documental:** Un formato utilizado para conversar de fechas históricas, descubrimientos, o vida de un personaje icónico.
- **Infografía:** Una Pieza gráfica cuyo objetivo es resumir en 1 imagen aspectos importantes, permitiendo un recorrido a corto plazo.
- **Ebook:** un formato dinámico que desarrolla una combinación entre todas las piezas gráficas, informando exhaustivamente y cambiando el imaginario colectivo frente algo en específico.

(Jaime, 2018)

### **3.6. Etapa de producción (informe procedimental del desarrollo de la etapa)**

La planificación del proceso de consolidación de los cien años de la Biblioteca Pública, se divide en diferentes aspectos que ayudaron a conformar la etapa de producción. El proceso se desarrolla mediante la creación de entrevistas semi-estructuradas que contribuyeron en la recopilación de la información de este patrimonio cultural, con el único objetivo de crear la maqueta editorial que va enfocada a la reconstrucción de la historia. Como segunda instancia se estableció un cronograma de actividades que permite definir pautas de publicación para la ejecución de estrategias y estructuración del Ebook a partir de los relatos obtenidos en las entrevistas.

Para el desarrollo de las grabaciones, material visual y sonoro, se utilizaron equipos como: cámara Canon T6I, cámara Nikon – 7100, cámara Canon RebelT3, que permitieran capturar las entrevistas desde diferentes planos, obteniendo una alta calidad de los productos. En el registro de sonido, se utilizó un micrófono inalámbrico Boya, el cual recopiló limpiamente el audio para la producción y registró correctamente las ondas.

**Revisar ver tablas**

### **3.6.2. Selección y análisis del material**

La selección y el análisis realizado del material obtenido de la Corporación Pública Biblioteca Julio Pérez Ferrero, como base fundamental para la reconstrucción de la historia en sus cien años, se complementa desde diferentes documentos como: archivos digitales, libros, artículos y actas, las cuales fueron de gran importancia para la estructura del proyecto.

Asimismo, se logra contribuir a la consolidación de los cien años de la Biblioteca, soportado por varios escritos que cuentan la historia de este patrimonio cultural.

**Ver tabla revisión documental**

### **3.7. Etapa de postproducción**

Los contenidos establecidos en el ebook, son formatos multiplataforma que permitieron visibilizar y promover la interacción del centenario de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero. Se generaron formatos como: vídeo, imagen, audio, infografías, comics e ilustraciones que lograron llegar a todo tipo de público acompañado del formato del código Qr.

Por otro lado, la promoción del ebook ayudo a contextualizar y salva guardar la historia de la biblioteca, como centro cultural de la ciudad norte santandereana.

#### **3.7.1. Edición de los contenidos multimedia**

A través de la red social de Facebook de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, se editaron y publicaron 48 piezas gráficas durante 12 semanas, con su respectivo copy; estas ayudaron a interactuar y promover las diferentes actividades organizadas por el centro cultural.

Se utilizaron los colores representativos y el logo de la organización que logra un posicionamiento e identidad de ella misma. En las diferentes gráficas se manejaban temáticas como; literatura, juegos, adivinanzas y algunos vídeos clips.

## Estrategia digital – Plan de Circulación

Estrategia digital – Plan de Circulación																		
Empresa		Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero																
Objetivo		Diseñar piezas gráficas interactivas a partir de los lineamientos de las nuevas narrativas transmedia, para posicionar la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero en el departamento de Norte de Santander.																
Tema	Táctica	Acción	Recursos – Número de publicaciones					Mensaje	Tendencia	Frecuencia Publicación	Sitios de Publicación			Responsables	Recursos físicos	Recursos Humanos	Impacto	Criterio
			Imagen	Vídeo	Collage	Infografía	Gif				Facebook	Blog	Instagram					
Comunicación Digital	Trafico web	Utilizar frases de personajes históricos que contengan la palabra CIEN (Esto por la relacionado con el centenario)	x					Conocer parte de nuestra historia nos permite desarrollar nuevos pensamientos y personalidades.  Todos tenemos la oportunidad moral y espiritual de hacer legado, por el desarrollo conjunto de la humanidad.	#BibliotecaPública #ConoCIENdo #JulioPérezFerrero	1 Semanal durante dos semanas consecutivas	x			Daniella Peñaranda Yeferson Vargas Yuliana Martínez	Computador Ilustrador Photoshop CorelDraw	Biblioteca Julio Pérez Ferrero	Aumentar la visibilización de la red social	Actividad propuesta por los estudiantes
		Recurrir a refranes utilizados en todo Colombia, para resaltar la cultura Colombiana y lo utilizado en las familias antiguas	X					Todos en nuestra vida Colombiana hemos escuchado refranes constantemente y en la Biblioteca Pública recordamos este.	#SoyColombia #SoyTradición	1 semanal durante dos semanas consecutivas	x			Daniella Peñaranda Yeferson Vargas Yuliana Martínez	Computador Ilustrador Photoshop CorelDraw	Biblioteca Julio Pérez Ferrero	Afianzar y aumentar a los usuarios a la red social	Actividad propuesta por los estudiantes
	Engagement	Diseñar fotografías con personajes o lugares nacidos hace cien años (juego de captura de					x	Haz un capture de pantalla y muéstranos que suceso histórico obtuviste, comparte e invita a tus amigos a este recorrido de	#BibliotecaPública #Gif #JulioPérezFerrero	1 Semanal durante dos semanas consecutivas	X			Daniella Peñaranda Yeferson Vargas Yuliana Martínez	Computador Ilustrador Photoshop CorelDraw	Biblioteca Julio Pérez Ferrero	Crear identidad por contenidos originales, para entablar vínculos fuertes e interactivos con la audiencia.	Actividad propuesta por los estudiantes





	Branding	Creación de un diccionario de la Biblioteca Pública, con significado de momentos o lugares emblemáticos de la entidad	x					Perdemos la noción del tiempo cuando descubrimos nuevos mundos	#DiccionarioBibli oCúcuta #Culturizate	1 semanal durante dos semanas consecut ivas	x			Daniella Peñaranda Yeferson Vargas Yuliana Martínez	Computador Ilustrador Photoshop CorelDraw	Biblioteca Julio Pérez Ferrero	Posicionamiento de la marca en los cibernautas	Actividad propuesta por los estudiantes
--	----------	---	---	--	--	--	--	--	--	---	---	--	--	---	--	-----------------------------------	--	---

## *Campaña de expectativa*

<b>PLANTILLA DE CAMPAÑA DIGITAL TEASER</b>			
<b>PROYECTO</b>	La Narrativa Transmedia: centenario de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero en San José de Cúcuta - Colombia		
<b>RESPONSABLE</b>	Margitte Daniella Peñaranda Camargo – Ludy Yuliana Martinez Julio – Yeferson Fabian Vargas Albarracin		
<b>FECHA INICIO</b>	06/05/19	<b>FECHA FIN</b>	21/05/19
<b>1. OBJETIVO DEL PROYECTO</b>			
Sistematizar desde una estrategia de narrativa transmedia el Centenario de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero de Cúcuta, Norte de Santander.			
<b>2. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA DIGITAL TEASER</b>			
Sensibilizar a través de las dinámicas transmédicas al universo de estudio sobre la importancia de celebrar 100 años.			
<b>3. DEFINICIÓN DEL TARGET (PÚBLICO-OBJETIVO)</b>			
15.392 seguidores de la página de Facebook de la Biblioteca Publica Julio Pérez Ferrero y los 41,98% de los cibernautas norte santandereanos.			
<b>4. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO</b>			
El proyecto mencionado es una investigación realizada por estudiantes de comunicación social de la universidad de Pamplona, con la tutoría de Julieth Villabona y la asesoría de Clara Liliana Parra docentes e investigadoras, cuyo fundamento es dar relevancia y recordación al primer centenario de uno de los lugares emblemáticos de la capital nortesantandereana, esto a partir de piezas gráficas donde se desarrolla una reflexión constante en la ciudadanía sobre el rol que tiene este espacio cultural y la importancia de las bibliotecas públicas en Colombia. Asimismo reconstruir el pasado y celebrar 100 años de reconocimiento por el trabajo, esfuerzo, de los líderes que promueven y sostienen los procesos impartidos en nuestra región, permite conservar la esencia y la coherencia del relato a través de un proceso de investigación y recuperación de fuentes históricas de la entidad pública.			
<b>5. INDICADORES DE RESULTADOS</b>			
	<b>ACTUAL</b>	<b>META</b>	
✓ Conocimiento sobre la importancia de los 100 años por parte del grupo objeto		X	
✓ Localizar la entidad próxima a cumplir 100 años		X	
✓ Participar en los próximos escenarios de conmemoración del centenario.		X	
<b>6. RIESGOS POSIBLES DEL PROYECTO</b>			
		<b>GRADO (1-5)</b>	
✓ Malinterpretación del mensaje		2	
✓ Poco alcance de las publicaciones		3	
✓ Falta de interés cultural por parte de la ciudadanía		4	
<b>7. CANALES O MEDIOS A SER UTILIZADOS DURANTE EL PROYECTO</b>			
<b>MEDIO</b>	<b>ENLACE (URL)</b>	<b>ACCIÓN PARA ESTE MEDIO</b>	
Red Social Facebook	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Utilizar las herramientas transmédicas, para visibilizar a	

la Biblioteca Pública Julio Perez Ferrero ante el departamento de Norte de Santander

**8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

ETAPA	DURACIÓN (D)	FECHA INICIO	FECHA FIN	RESPONSABLE
1. Elección del tema	1	06/05/19	06/05/19	Daniella Peñaranda Julieth Villabona Yuliana Martinez Yeferson Vargas
2. Ejecución del Guión	1	07/05/19	07/05/19	Daniella Peñaranda Yuliana Martinez Yeferson Vargas
3. Creación del contenido	2	08/05/19	09/05/19	Daniella Peñaranda Yuliana Martinez Yeferson Vargas
4. Edición del contenido realizado	2	10/05/19	11/05/19	Daniella Peñaranda Yuliana Martinez Yeferson Vargas
5. Publicación en medios establecidos	5	13/05/19	21/05/19	Daniella Peñaranda Yuliana Martinez Yeferson Vargas

**9. RECURSOS NECESARIOS**

CATEGORIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR X UNID	TOTAL
Personal	✓ Comunicador Social	3	1.200.000	3.600.000
Sistemas	✓ AP ✓ CDW ✓ AP ✓ WORD	1	✓ 300.000 ✓ 300.000 ✓ 300.000 ✓ 200.000	1.100.000
Materiales				
Equipo	✓ Cámara profesional ✓ Computador ✓ Micrófono inalámbrico	1	✓ 2.000.000 0 ✓ 1.850.000 0 ✓ 300.000	4.150.000

## IDEA 1

<b>IMAGEN RULETA</b>	Elección de varias imágenes que contengan lugares emblemáticos y personajes que hayan cumplido 100 años y se realiza un clip (aleatorio) con la pregunta ¿Cuál personaje o lugar te salió que tenga 100 años? y que el espectador cuando presione elija la imagen y le tome capture y la deje en los comentarios.
<b>Adivinanza</b>	Realizar una adivinanza sobre el próximo lugar a cumplir 100 años en norte de Santander.

## 2 IDEA

Investigar diversas frases obtenidas por libros que contengan la palabra cien.	Esto digitado en la sección #Conociendo	Estas frases obtenidas se publican en un diseño un libro antiguo o imagen desenfocada de la biblioteca.	Se resalta la palabra cien.	Interacción a través de un juego donde invite a las personas a escribir palabras que contengan "CIEN" por ejemplo conociendo.
--	---	---	-----------------------------	---



	Martes	11.00 A.M.-19 Hrs	Facebook	Daniella Peñaranda, Yuliana Martinez, Yeferson Vargas	PROGRAMADO	Branding	#BibliotecaPublica #Bpjulioferrero	Imagen	Listas	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Creación de un diccionario de la Biblioteca Pública, con significado de momentos o lugares emblemáticos de la entidad
	Miércoles	1.20 P.M.	Facebook	Yuliana Martinez	PROGRAMADO	Engagement	#Elevatumente	Imagen	Juego	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Realizar adivinanza en relación algún suceso de 100 años o en la Biblioteca.
	Jueves										
	Viernes	11:00 A.M.-19:00 Hrs.	Facebook	Yeferson Vargas	PROGRAMADO	Tráfico Web	#ConociendoHistoria	Imagen	Frases o citas	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Utilizar frases que contengan la palabra CIEN (Esto por la relación del centenario)
	Sábado	18.00 Hrs-19:00 Hrs	Facebook	Daniella Peñaranda	PROGRAMADO	Engagement	#Culturizate	GIF	Recopilaciones	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Fotografías con personajes o lugares nacidos hace cien años (juego de captura de pantalla, para los usuarios)
	Domingo	<b>FINALIZA PUBLICACIÓN DE CAMPAÑA DE EXPECTATIVA</b>									
<b>Semana 4</b>	Lunes	11.00 A.M.-19hrs.									
	Martes	11.00 A.M.-19 Hrs									
	Miércoles										
	Jueves	11.00 A.M.-17 hrs	Facebook		PROGRAMADO	Tráfico Web	#SoyColombia #SoyTradición	Imagen	Parfraseo	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Utilizar rellenos utilizados en todo Colombia, para resaltar la cultura Colombiana y lo utilizado en todas las familias antiguas







	Miércoles	11.00 A.M.-19 hrs	Facebook		PROGRAMADO	Branding	#BibliotecaPublica #Bpjulioferrero	Imagen	Listas	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Creación de un diccionario de la Biblioteca Pública, con significado de momentos o lugares emblemáticos de la entidad
	Jueves	11.00 A.M.-17 hrs	Facebook		PROGRAMADO	Engagement	#Aumentatuvisión	Imagen	Palabras	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Sopa de letra con diversos autores literarios, donde las personas deben responder qué nombre fue el primero que vio
	Viernes	11:00 A.M.-19:00 Hrs.	Facebook		PROGRAMADO	Engagement	#Literaturaalcien	GIF	Autores	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Realizar ruletas donde aparezca variedad de autores literarios (juego de captura de pantalla)
	Sábado	18.00 Hrs-19:00 Hrs	Facebook		PROGRAMADO	Tráfico Web	#SoyColombia #SoyTradición	Imagen	Parafraseo	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Utilizar refranes utilizados en todo Colombia, para resaltar la cultura Colombiana y lo utilizado en todas las familias antiguas
	Domingo	18:00 Hrs-19 Hrs	Facebook								
Semana 4	Lunes	11.00 A.M-19hrs.	Facebook								
	Martes	11.00 A.M.-19 Hrs	Facebook								
	Miércoles	11.00 A.M.-19 hrs	Facebook								
	Jueves	11.00 A.M.-17 hrs	Facebook		PROGRAMADO	Tráfico Web	#SoyColombia #SoyTradición	Imagen	Parafraseo	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Utilizar refranes utilizados en todo Colombia, para resaltar la cultura Colombiana y lo utilizado en todas las familias antiguas
	Viernes	11:00 A.M.-19:00 Hrs.	Facebook		PROGRAMADO	Branding	#BibliotecaPublica #Bpjulioferrero	Imagen	Listas	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Creación de un diccionario de la Biblioteca Pública, con significado de momentos o lugares







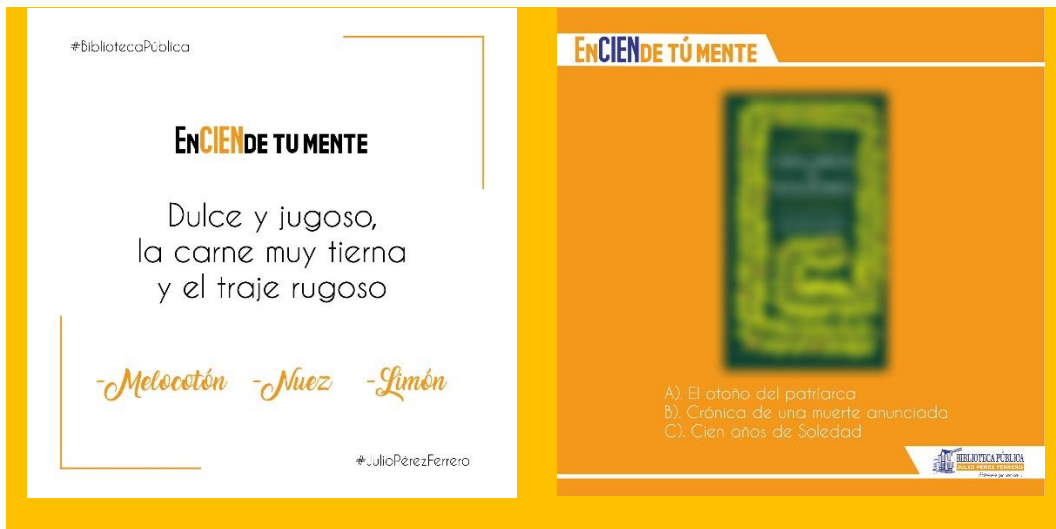
	Miércoles	11.00 A.M.- 19 hrs	Facebook		PROGRAMADO	Branding	#BibliotecaPublica #Bpjulioperezferrero	Imagen	Listas	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Creación de un diccionario de la Biblioteca Pública, con significado de momentos o lugares emblemáticos de la entidad
	Jueves	11.00 A.M.- 17 hrs	Facebook		PROGRAMADO					<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	
	Viernes	11:00 A.M.- 19.00 Hrs.	Facebook		PROGRAMADO	Engagement	#Literaturaalcien	GIF	Autores	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Realizar ruletas donde aparezca variedad de autores literarios (juego de captura de pantalla)
	Sábado	18.00 Hrs- 19:00 Hrs	Facebook		PROGRAMADO	Tráfico Web	#SoyColombia #SoyTradición	Imagen	Parafraseo	<a href="https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/">https://es-la.facebook.com/BiblioCucuta/</a>	Utilizar rellanes utilizados en todo Colombia, para resaltar la cultura Colombiana y lo utilizado en todas las familias antiguas
	Domingo	18:00 Hrs- 19 Hrs	Facebook								

### *Guión Editorial o especificación de Contenidos.*

- **Diccionario BPJPF:** Un contenido cuyo objetivo es compartir ante la comunidad digital los diversos significados o jergas de ciertas carreras o acciones desarrolladas a diario.



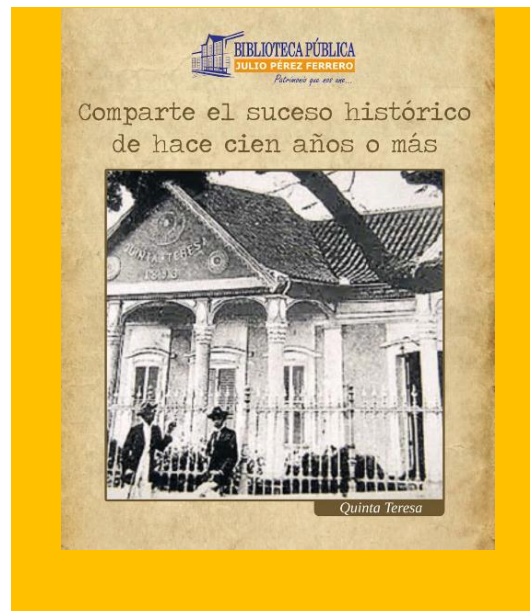
- **Enciende tu mente:** Es una dinámica cuyo fin es promover interacción con los espectadores de la página de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, utilizando adivinanzas tradicionales y literarias para aquellos amantes de la lectura.



- **ConoCIENdo:** su propósito es orientar sutilmente a las personas sobre la proximidad del centenario de la BPJPF, utilizando frases de escritores o personas importantes que contengan la palabra CIEN.



- **GIF aleatorio:** Varias imágenes de lugares o sucesos históricos ocasionados desde hace más de cien años pasando aleatoriamente en un determinado tiempo, su objetivo es relacionar el evento próximo a realizar en Norte de Santander, el centenario de la BPJPF.



- **Refran:** Imagen gráfica cuyo objetivo es rescatar la tradición Colombiana, esos refranes que comúnmente se mencionan en los hogares antiguos y compartirlo con la nueva era 2.0.



- **Ruleta de autores:** Su objetivo es generar interacción con las personas amantes de la literatura, donde se anexan diversos autores y el que les salga al espectador debe comentar un libro que haya publicado.





- **Día diverso:** se publica diversidad de objetivo cada semana, un día infografía, otro vídeo, adivinanza, otro juego, es variado para abarcar temas de posicionamiento de marca, tráfico web o interacción.



### 3.6.1. Recolección del material necesario para la construcción de los contenidos multimedia

Tipo de documento	fecha	Contenido	Autores	Lugar
<b>Blog- El Escándalo del Bien</b>	2017	El blog contiene fotografías que van acompañadas de texto de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero	Juan Carvajal	Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Blog- Cien años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero</b>	2018	En este blog se expone la biblioteca desde sus inicios, al hospital San Juan de Dios, personajes icónicos que significaron mucho en la construcción de este patrimonio cultural. Contiene el Mosaico fotográfico de la Exposición Hotel de Dios, relata los antiguos lugares en donde estuvo ubicada la biblioteca. También El Complejo hospitalario San Juan de Dios en diferentes épocas	Juan Carvajal	Biblioteca Julio Pérez Ferrero

<b>Documento-fundadores</b>	2019	Este documento contiene dos biografías de fundadores como lo son; Julio Augusto Julio Ferrero y María Ofelia Villamizar Berti		Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Reseña histórica</b>	1960	El documento tiene una serie de información basada en la historia de la entidad, decretos, fechas y personajes de la época.	Historiador Guillermo Solano Benítez “50 AÑOS DE VIDA NORTESANTANDEREANA” Libro	Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Clasificación del centenario</b>	2019	Aquí se encuentra una clasificación por años de la biblioteca, una propuesta básica al centenario, y una descripción de efemérides en años anteriores	Información recolectada por integrantes de la Biblioteca.	Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Acta- informe</b>	2018	En este documento contextualiza los servicios ofrecidos por la Biblioteca como patrimonio cultural, los programas especiales y los aliados estratégicos	Julio García Herreros	Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Estatuto</b>	2018	Contiene información de la biblioteca a cerca de los objetivos, nombre y naturaleza de la entidad. Y los servicios a ofrecer desde la corporación.	Cámara de comercio Cúcuta	Biblioteca Julio Pérez Ferrero

<b>Crónica de la Biblioteca centenaria</b>	2019	Contiene precedentes de la entidad, fechas y personajes		Biblioteca Julio Pérez Ferrero
--	------	--	--	--------------------------------------

### 3.7.2. Ficha técnica



<b>Nombre:</b>	#ConoCIENDO
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<a href="#">#Conocer</a> parte de nuestra historia nos permite desarrollar nuevos pensamientos y personalidades <a href="#">#BibliotecaPública</a> <a href="#">#ConoCIENdo</a> <a href="#">#JulioPérezFerrero</a>

Tabla 1: Producto 1. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<a href="#">#DiccionarioBiblioCúcuta</a>   Si tienes un amigo Bibliocleptómano, etiquétalo. En el universo de las palabras todo se vale <a href="#">#Culturízate</a> .

Tabla 2: Producto 2. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	EnCIENde tú mente
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	¡Enciende tu mente, y la de tus amigos! ¿Cuál crees que es la respuesta?#BibliotecaJulioPérezFerrero #Elevatumente

Tabla 3: Producto 3. Elaboración propia

#ConoCIENdo

Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero  
Te gusta esta página · 23 de mayo ·

#Todos tenemos la oportunidad moral y espiritual de hacer legado, por el desarrollo conjunto de la humanidad #ConoCIENdo #BibliotecaJulioPérezFerrero.

“Más vale una palabra a tiempo que cien a destiempo”

(Cervante Saavedra)

BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ FERRERO  
Patrimonio que vive...

<b>Nombre:</b>	#ConoCIENdo
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#Todos tenemos la oportunidad moral y espiritual de hacer legado, por el desarrollo conjunto de la humanidad #ConoCIENdo#BibliotecaJulioPérezFerrero.

Tabla 4: Producto 4. Elaboración propia





<b>Nombre:</b>	Adivinanza
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<a href="#">#Enciendetúmente</a> para todos los amantes de la literatura, ¿Adivina a qué libro pertenece esta portada? Comparte y etiqueta a un amigo que este apasionado por el mundo de la lectura y escritura <a href="#">#BibliotecaPublicaJulioPerezFerrero</a> .

Tabla 5: Producto 5. Elaboración propia



**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero**  
Te gusta esta página · 1 de junio · 🌐

#Aumentatúvisión y reta a tus amigos hacer lo mismo, coméntanos cuáles son las 5 diferencias que observas en la imagen #SoyBPJPF #SoyCúcuta.

Daniella Camargo · 6 comentarios · 1 vez compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes ▾

Hayley Mackenzie Edwin Javier Landínez Rosangélica Castro Vargas  
Me gusta · Responder · 1 s

Astaiza Astaiza Los carros 1  
Me gusta · Responder · 1 s

Astaiza Astaiza El poste 1  
Me gusta · Responder · 1 s

Escribe un comentario...



AUMENTA TU VISIÓN

Identifica las cinco diferencias que tiene la imagen

<b>Nombre:</b>	#Aumentatúvisión
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#Aumentatúvisión y reta a tus amigos hacer lo mismo, coméntanos cuáles son las 5 diferencias que observas en la imagen #SoyBPJPF#SoyCúcuta.

*Tabla 6: Producto 6. Elaboración propia*



<b>Nombre:</b>	Refranes Colombianos
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	Todos en nuestra vida Colombiana hemos escuchado <a href="#">#Refranes</a> constantemente y en la <a href="#">#BibliotecaPública</a> recordamos este.

Tabla 7: Producto 7. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<a href="#">#BiblioLector</a>   Si eres un amante de la <a href="#">#literatura</a> o conoces algún amigo que le encanta leer, de pronto sea <a href="#">#Bibliómano</a> , etiqueta a tu amigo o comparte esta publicación si te ha pasado.

Tabla 8: Producto 8. Elaboración propia



Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero \*\*\*

17 de mayo a las 18:00 · 🌐

#Historia| Haz un capture de pantalla y muéstranos qué suceso histórico obtuviste, comparte e invita a tus amigos a este recorrido de hace 100 años atrás o más #BibliotecaPública #JulioPérezFerrero #GIF.



👍❤️ 7

3 comentarios · 4 veces compartida



Me gusta



Comentar



Compartir



<b>Nombre:</b>	GIF Aleatorio
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	GIF
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	# <a href="#">Historia</a>   Haz un capture de pantalla y muéstranos qué suceso histórico obtuviste, comparte e invita a tus amigos a este recorrido de hace 100 años atrás o más # <a href="#">BibliotecaPública</a> # <a href="#">JulioPérezFerrero</a> #GIF.

Tabla 9: Producto 9. Elaboración propia



Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero \*\*\*

27 de mayo a las 16:00 · 🌐

#Historia | Haz un capture de pantalla y muéstranos qué suceso histórico obtuviste, comparte e invita a tus amigos a este recorrido de hace 100 años atrás o más #BibliotecaPública #JulioPérezFerrero #GIF.



4 comentarios · 4 veces compartida

<b>Nombre:</b>	GIF Aleatorio
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	GIF
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	# <a href="#">Historia</a>   Haz un capture de pantalla y muéstranos qué suceso histórico obtuviste, comparte e invita a tus amigos a este recorrido de hace 100 años atrás o más # <a href="#">BibliotecaPública</a> # <a href="#">JulioPérezFerrero</a> #GIF.

Tabla 10: Producto 10. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	La primera interacción que tiene una persona al entrar a una Biblioteca es con un <a href="#">#Bibliotecario</a> , por ende es indispensable para todos nosotros al momento de encontrar alguna información, etiqueta a tu amiga o amigo que desarrolla esta hermosa labor ❤️ <3 <a href="#">#JulioPérezFerrero</a> <a href="#">#Bibliocúcuta</a> . — en <a href="#">Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero</a> .

Tabla 11: Producto 11. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Refran Colombiano
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	El <a href="#">#Refrán</a> es como una flor, crece y se beneficia de la fuerza y experiencia de los que estuvieron antes. Comenta cual es tú refrán favorito o cuál escuchas constantemente <a href="#">#BibliotecaPública#JulioPérezFerrero</a> .

Tabla 12: Producto 12. Elaboración propia





<b>Nombre:</b>	Ruleta
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	GIF
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#LaGranRuleta   Queremos conocer tu conocimiento en lectura, elige algunos de las autores que se encuentra en la ruleta y haz capture y comparte uno de los libros que conoces, etiqueta a tu amigo y comparte este post. #SoyBibliotecaPública #SoyJulioPérezFerrero

Tabla 13: Producto 13. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	¿A quién no le ha dado miedo quedarse sin libros? etiqueta aquella persona que sufre de <a href="#">#abibliofobia</a> comenta si eres uno de ellos <a href="#">#BibliotecaPública#JulioPérezFerrero</a>

Tabla 14: Producto 14. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Refran
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#Refran El sueño es enemigo de la sabiduría. Por eso, explora, descubre y diviértete encontrando nuevos mundos de conocimiento. #BibliotecaJulioPérezFerrero...

Tabla 15: Producto 15. Elaboración propia



Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero

16 de junio a las 12:49 · 🌐

¡Ejercitemos el cerebro! Comenta las dos primeras palabras que viste en la #Sopadeletras y comparte con tus amigos este método de aprendizaje #BibliotecaPública.

### #SOPALETERAS

B	I	B	L	I	O	T	E	C	A	T	I
A	C	I	I	N	A	U	T	R	R	E	Ñ
T	D	B	B	F	U	L	E	E	R	C	L
E	M	L	R	L	E	E	M	N	Z	U	E
S	U	L	C	U	E	N	T	O	S	L	C
C	S	I	L	E	N	R	R	U	H	T	T
R	I	G	L	I	B	R	O	T	C	U	O
I	C	A	A	P	E	L	I	M	E	R	R
T	A	C	O	N	O	C	E	R	R	A	N
O	N	Q	U	I	E	T	R	M	I	P	Ñ
R	Y	U	P	E	E	D	A	U	T	O	R
A	R	T	E	M	V	B	R	E	R	I	I



👍❤️ Vargas Yeferson Fabian y una persona más

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir



<b>Nombre:</b>	Sopa de letras
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	¡Ejercitemos el cerebro! Comenta las dos primeras palabras que viste en la#Sopadeletras y comparte con tus amigos este método de aprendizaje#BibliotecaPública.

Tabla 16: Producto 16. Elaboración propia



Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero

16 de junio a las 13:56 · 🌐

#Ruletadelconocimiento aquí en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero evaluamos tu conocimiento a través de este GIF, si eres apasionado por la lectura y los grandes autores, comenta el libro que te has leído del escritor seleccionado. #CentenarioBPJPF



👍❤️ Vargas Yeferson Fabian y 5 personas más

1 comentario

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir



<b>Nombre:</b>	Ruleta de conocimiento
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#Ruletadelconocimiento aquí en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero evaluamos tu conocimiento a través de este GIF, si eres apasionado por la lectura y los grandes autores, comenta el libro que te has leído del escritor seleccionado. #CentenarioBPJPF

Tabla 17: Producto 17. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Refran
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#Refran Ármese de paz, tolerancia y respeto. ¡Disfrute cada momento, pero llevándose un aprendizaje de cada uno" #BiblioCúcuta

Tabla 17: Producto 17. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Ruleta
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<p>#BiblioCúcuta   La literatura ha estado presente a lo largo de la historia a través de todos los géneros literarios, de todas las épocas y es a través de ella que conocemos el sentir, los temores y las necesidades más íntimas del ser humano.</p> <p>¿Cuál autor te salió y qué libro conoces de ellos?</p> <p>#BibliotecaPública #JulioPérezFerrero #RuletaGif</p>

Tabla 18: Producto 18. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#BiblioCúcuta   Todos tenemos un amigo #Bibliotafío que siempre al solicitar un libro o pedir prestado lo niega por miedo a perderle o que lo dañen.  Etiqueta a tu amigo y comparte esta publicación #JulioPérezFerrero#Diccionario

Tabla 19: Producto 19. Elaboración propia





<b>Nombre:</b>	Video Momentos
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Video
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#BiblioCúcuta   Te invitamos a que vengas, vivas y hagas parte de estos#Momentos, porque cuando compartimos, ampliamos la capacidad de ser felices.

Tabla 20: Producto 20. Elaboración propia

	
<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<p><a href="#">#DiccionarioBiblioCúcuta</a>   Perdemos la noción del tiempo cuando descubrimos nuevos mundos.</p> <p>¡Etiqueta a tú amigo <a href="#">#Biblioadicto</a>, en el universo de las palabras todo se vale!</p>

Tabla 21: Producto 21. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Aleatorio- Infografía
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	El mundo es un libro y hay que viajar. ¡Ven y visítanos! Descubre nuevos universos literarios 📖📍

Tabla 22: Producto 22. Elaboración propia

<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<a href="#">#Refran</a> El que está acostumbrado a no decir la verdad, toda su vida será construida bajo una mentira. <a href="#">#BibliotecaPública</a>

Tabla 23: Producto 23. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	¿Conoces a una persona que se identifique con este concepto? <a href="#">#BibliotecaPública</a> <a href="#">#JulioPérezFerrero</a> <a href="#">#Centenario</a>

Tabla 24: Producto 24. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	Muchas personas colombianas durante su vida han escuchado el siguiente <a href="#">#Refran</a> una tradición de nuestro país ¿Estás de acuerdo? <a href="#">#BibliotecaPública</a> <a href="#">#JulioPérezFerrero</a> <a href="#">#Centenario</a>

Tabla 25: Producto 25. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Aleatorio
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<p>¿Sabías que este año la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero cumple su primer centenario? Te invitamos a estar atento de las futuras programaciones que se estarán mostrando para conmemorar esta fecha tan especial.</p> <p><a href="#">#SoyJulioPérezFerrero</a> <a href="#">#SoyBibliotecaPública</a><a href="#">#SoyCentenario</a></p>

Tabla 26: Producto 26. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	¿Te consideras un <a href="#">#Bibliognosta</a> o conoces algún amigo así? Etiqueta a esa persona y comparte en tus redes sociales para que más usuarios conozcan esta terminología. <a href="#">#BibliotecaPública</a> <a href="#">#JulioPérezFerrero</a> <a href="#">#Centenario</a>

Tabla 27: Producto 27. Elaboración propia





<b>Nombre:</b>	Aleatorio
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Vídeo
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	Conoce más de nuestras dependencias, visitando las instalaciones de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero. ¡Te esperamos!  <a href="#">#BibliotecaPública</a>

*Tabla 28: Producto 28. Elaboración propia*



<b>Nombre:</b>	Ruleta de Autores
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	GIF
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<p><a href="#">#BibliotecaPública</a> <a href="#">#JulioPérezFerrero</a> Si eres apasionado por la literatura y fiel seguidor de escritores, coloca la ruleta en movimiento y cuando detengas la pantalla, comentanos el libro del autor.</p> <p>Etiqueta a un amigo e invita para que participe en esta dinamica. <a href="#">#Centenario</a></p>

Tabla 29: Producto 29. Elaboración propia



Ruleta de Autores

Me gusta Comentar Compartir



Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero

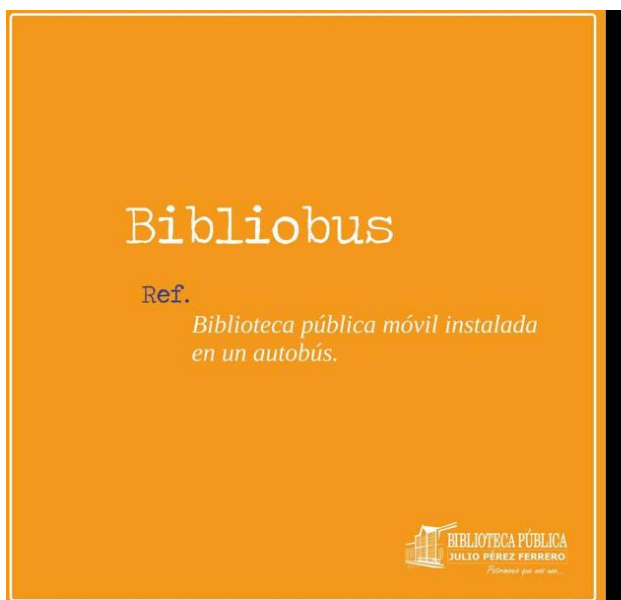
2

37 reproducciones · el viernes

Chat (100)

<b>Nombre:</b>	Ruleta de Autores
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	GIF
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	La ruleta de la literatura ¿Qué esperas para escoger tu autor y comentar el libro más destacado? <a href="#">#BibliotecaPública</a> <a href="#">#JulioPérezFerrero</a> <a href="#">#Centenario</a>

Tabla 30: Producto 30. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	¿Te gustan los <a href="#">#Bibliobus</a> ? comenta y comparte y has visto uno en nuestra <a href="#">#capitalnortesantanderana</a> .

*Tabla 31: Producto 31. Elaboración propia*



<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	► Si crees que este refrán es muy cierto, comparte y etiqueta a tu buen amigo y comenta tu excelente <a href="#">#libro</a> .

*Tabla 32: Producto 32. Elaboración propia*



<b>Nombre:</b>	Aleatorio
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	Cien años trabajando para brindar excelentes espacios culturales para los nortesantandereanos <a href="#">#SoyBibliotecaPública</a> <a href="#">#SoyJulioPérezFerrero</a>

Tabla 33: Producto 33. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	►Biblioteconomía, un termino que durante 100 años la biblioteca ha aplicado para brindar un excelente servicio ✓ #BibliotecaPública#JulioPérezFerrero 🙌

Tabla 34: Producto 34. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	►🗣️ Recuerden que jamás se controla lo que los demás hacen o dicen, pero si elegimos cuanto nos afecta 🗣️. #Refran #BibliotecaPública.

Tabla 35: Producto 35. Elaboración propia





<b>Nombre:</b>	Memorias Julio Pérez Ferrero
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	<a href="#">#SoyCultura</a> <a href="#">#SoyHistoria</a> <a href="#">#SoyBibliotecaPublica</a> momento de la creación de la sede actual de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero

Tabla 36: Producto 36. Elaboración propia



<b>Nombre:</b>	Memorias Julio Pérez Ferrero
<b>Tipo de desarrollo multimedia:</b>	Imagen
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	#SoyCultura #SoyHistoria #SoyBibliotecaPublica

Tabla 37: Producto 37. Elaboración propia

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

<b>Nombre:</b>	#ConoCIENDO
<b>Tema central:</b>	Cien años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica</b>	1372 personas alcanzadas y 50 interacciones

*Tabla 2: Producto 1. Elaboración propia*

<p>En el universo de las palabras todo se vale #Culturizate.</p>  <p>Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.</p> <p>623 Personas alcanzadas    59 Interacciones    <a href="#">Promocionar publicación</a></p>	<p>34 Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido</p> <table border="1"> <tr> <td>9 Me gusta</td> <td>6 En la publicación</td> <td>3 En veces compartido</td> </tr> <tr> <td>2 Me encanta</td> <td>2 En la publicación</td> <td>0 En veces compartido</td> </tr> <tr> <td>12 Me divierte</td> <td>10 En la publicación</td> <td>2 En veces compartido</td> </tr> <tr> <td>3 Comentarios</td> <td>1 En la publicación</td> <td>2 En el contenido compartido</td> </tr> <tr> <td>8 Veces compartido</td> <td>7 En la publicación</td> <td>1 En el contenido compartido</td> </tr> </table> <p>25 Clics en publicaciones</p> <table border="1"> <tr> <td>13 Visualizaciones de fotos</td> <td>0 Clics en el enlace</td> <td>12 Otros clics</td> </tr> </table> <p>COMENTARIOS NEGATIVOS</p> <table border="1"> <tr> <td>0 Ocultar publicación</td> <td>0 Ocultar todas las publicaciones</td> </tr> <tr> <td>0 Denunciar como spam</td> <td>0 Ya no me gusta esta página</td> </tr> </table> <p>Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones</p>	9 Me gusta	6 En la publicación	3 En veces compartido	2 Me encanta	2 En la publicación	0 En veces compartido	12 Me divierte	10 En la publicación	2 En veces compartido	3 Comentarios	1 En la publicación	2 En el contenido compartido	8 Veces compartido	7 En la publicación	1 En el contenido compartido	13 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	12 Otros clics	0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones	0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página
9 Me gusta	6 En la publicación	3 En veces compartido																					
2 Me encanta	2 En la publicación	0 En veces compartido																					
12 Me divierte	10 En la publicación	2 En veces compartido																					
3 Comentarios	1 En la publicación	2 En el contenido compartido																					
8 Veces compartido	7 En la publicación	1 En el contenido compartido																					
13 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	12 Otros clics																					
0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones																						
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página																						
<b>Nombre:</b>	Diccionario																						
<b>Tema central:</b>	Cien años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero																						
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook																						
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda																						
<b>Métrica:</b>	623 Personas alcanzadas y 59 Interacciones																						

Tabla 2: Producto 2. Elaboración propia

#BibliotecaPública

**ENCIENDE TU MENTE**

Dulce y jugoso,  
la carne muy tierna  
y el traje rugoso

-Melocotón -Nuez -Limón

#JulioPérezFerrero

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

660 Personas alcanzadas 38 Interacciones [Promocionar publicación](#)

3 Me gusta 1 En la publicación 2 En veces compartido

3 Me encanta 3 En la publicación 0 En veces compartido

6 Comentarios 6 En la publicación 0 En el contenido compartido

3 Veces compartido 3 En la publicación 0 En el contenido compartido

23 Clics en publicaciones

5 Visualizaciones de fotos 0 Clics en el enlace 18 Otros clics

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones

0 Denunciar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	EnCIENde tú mente
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	660 personas alcanzadas y 38 interacciones

Tabla 3: Producto 3. Elaboración propia


**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero** \*\*\*  
 Publicado por Angy Acevedo [?] · 22 de mayo

#Todos tenemos la oportunidad moral y espiritual de hacer legado, por el desarrollo conjunto de la humanidad #ConoCIENdo  
 #BibliotecaJulioPérezFerrero.





**“Más vale una palabra  
 a tiempo que cien  
 a destiempo”**

(Cervante Saavedra)



 **Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido**  
 Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

1003

Personas alcanzadas

22

Interacciones

Promocionar publicación

**1003** Personas alcanzadas

**14** Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

<p><b>9</b></p> <p>Me gusta</p>	<p><b>7</b></p> <p>En la publicación</p>	<p><b>2</b></p> <p>En veces compartido</p>
<p><b>1</b></p> <p>Me encanta</p>	<p><b>1</b></p> <p>En la publicación</p>	<p><b>0</b></p> <p>En veces compartido</p>
<p><b>0</b></p> <p>Comentarios</p>	<p><b>0</b></p> <p>En la publicación</p>	<p><b>0</b></p> <p>En el contenido compartido</p>
<p><b>4</b></p> <p>Veces compartido</p>	<p><b>3</b></p> <p>En la publicación</p>	<p><b>1</b></p> <p>En el contenido compartido</p>

**8** Clics en publicaciones

<p><b>4</b></p> <p>Visualizaciones de fotos</p>	<p><b>0</b></p> <p>Clics en el enlace</p>	<p><b>4</b></p> <p>Otros clics</p>
---	---	------------------------------------

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

<p><b>0</b> Ocultar publicación</p>	<p><b>0</b> Ocultar todas las publicaciones</p>
<p><b>0</b> Denunciar como spam</p>	<p><b>0</b> Ya no me gusta esta página</p>

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	#ConoCIENdo
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	1003 Personas alcanzadas y 22 Interacciones

*Tabla 4: Producto 4. Elaboración propia*

#BibliotecaPublicaJulioPerezFerrero.

ENCIENDE TÚ MENTE

A). El otoño del patriarca  
B). Crónica de una muerte anunciada  
C). Cien años de Soledad

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

828 Personas alcanzadas 27 Interacciones Promocionar publicación

2 Me gusta 2 En la publicación 0 En veces compartido  
1 Me encanta 1 En la publicación 0 En veces compartido  
4 Comentarios 4 En la publicación 0 En el contenido compartido  
1 Veces compartido 1 En la publicación 0 En el contenido compartido

19 Clics en publicaciones  
1 Visualizaciones de fotos 0 Clics en el enlace 18 Otros clics

COMENTARIOS NEGATIVOS  
0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones  
0 Denunciar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Adivinanza
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	828 Personas alcanzadas y 27 interacciones

Tabla 5: Producto 5. Elaboración propia

**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero** Publicado por Angye Acevedo · 1 de junio ·

#Aumentatúvisión y reta a tus amigos hacer lo mismo, coméntanos cuáles son las 5 diferencias que observas en la imagen #SoyBPJPF #SoyCúcuta.

**Rendimiento de tu publicación**

**798** Personas alcanzadas

**8** Me gusta, comentarios y contenido compartido

<b>1</b> Me gusta	<b>1</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>6</b> Comentarios	<b>6</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>1</b> Veces compartido	<b>1</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido

**36** Clics en publicaciones

<b>25</b> Visualizaciones de fotos	<b>0</b> Clics en el enlace	<b>11</b> Otros clics
------------------------------------	-----------------------------	-----------------------

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

<b>0</b> Ocultar publicación	<b>0</b> Ocultar todas las publicaciones
<b>0</b> Denunciar como spam	<b>0</b> Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

**798** Personas alcanzadas    **44** Interacciones    [Promocionar publicación](#)

<b>Nombre:</b>	#Aumentatúvisión
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	798 personas alcanzadas y 44 interacciones

*Tabla 6: Producto 6. Elaboración propia*




**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero**

Publicado por Angye Acevedo · 1 de junio

Todos en nuestra vida Colombiana hemos escuchado #Refranes constantemente y en la #BibliotecaPública recordamos este.

**NO HAY MAL QUE DURE 100 AÑOS  
NI CUERPO QUE LO RESISTA**



Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
 Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

**1145** Personas alcanzadas    **29** Interacciones    [Promocionar publicación](#)

**Resumen de la publicación**

<b>7</b> Me gusta	<b>6</b> En la publicación	<b>1</b> En veces compartido
<b>2</b> Me encanta	<b>2</b> En la publicación	<b>0</b> En veces compartido
<b>0</b> Comentarios	<b>0</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>3</b> Veces compartido	<b>3</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido

**17** Clics en publicaciones

<b>6</b> Visualizaciones de fotos	<b>0</b> Clics en el enlace	<b>11</b> Otros clics
-----------------------------------	-----------------------------	-----------------------

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

<b>1</b> Ocultar publicación	<b>0</b> Ocultar todas las publicaciones
<b>0</b> Denunciar como spam	<b>0</b> Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Refranes Colombianos
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	1145 Personas alcanzadas y 29 interacciones

*Tabla 7: Producto 7. Elaboración propia*

**Bibliómano**

Ref.  
*Persona que acumula indiscriminadamente y obsesivamente libros. Los apila sin ni siquiera mirarlos.*

BIBLIOTECA PÚBLICA  
 JULIO PÉREZ FERRERO  
*Plaza del que está...*

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
 Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

464 Personas alcanzadas    12 Interacciones    Promocionar publicación

5	Me gusta	5	En la publicación	0	En veces compartido
1	Me divierte	1	En la publicación	0	En veces compartido
1	Me entristece	1	En la publicación	0	En veces compartido
0	Comentarios	0	En la publicación	0	En el contenido compartido
1	Veces compartido	1	En la publicación	0	En el contenido compartido

4 Clics en publicaciones

1	Visualizaciones de fotos	0	Clics en el enlace	3	Otros clics
---	--------------------------	---	--------------------	---	-------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0	Ocultar publicación	0	Ocultar todas las publicaciones
0	Denunciar como spam	0	Ya no me gusta esta página


Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	464 personas alcanzadas y 12 interacciones

Tabla 8: Producto 8. Elaboración propia

**Detalles de la publicación** ✕

Video
Publicación
Veces compartido
Ver resultados de todos los videos



**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero...**

#Historial Haz un capture de pantalla y muéstranos qué suceso histórico obtuviste, comparte e invita a tus amigos a este recorrido de hace 100 años atrás o más #BibliotecaPública #JulioPérezFerrero #GIF.

0:11 · Subido el 16/05/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

**Rendimiento de tu publicación** ⓘ

← Audiencia e interacción ▾

- 👤 Alcance estimado 507 >
- 👤 Espectadores únicos 111 >
- 👍 Interacción con la publicación 14 >
- 👤 Audiencia con más interacción
- Mujeres, 18-24 >
- 🌐 Ubicación con más interacción
- ★ **Conoce a tu audiencia** Norte de Santander >
- Descubre la edad, el sexo y los intereses de tu...

<b>Nombre:</b>	GIF Aleatorio
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	507 personas alcanzadas y 14 interacciones

*Tabla 9: Producto 9. Elaboración propia*

The screenshot shows a Facebook video post. The video frame displays a historical building with the text "Comparte el suceso histórico de hace cien años o más" and the logo of the "BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ FERRERO". Below the video, the post text reads: "Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero... #Historia | Haz un capture de pantalla y muéstranos qué suceso histórico obtuviste, comparte e invita a tus amigos a este recorrido de hace 100 años atrás o más #BibliotecaPública #JulioPérezFerrero #GIF." The video player shows a progress bar at 0:11 and a "Subido el 27/05/2019" timestamp. To the right, the "Rendimiento de tu publicación" (Post Performance) panel is visible, showing the following metrics:

Rendimiento de tu publicación	
← Audiencia e interacción ▾	
Alcance estimado	928 >
Espectadores únicos	179 >
Interacción con la publicación	11 >
Audiencia con más interacción	
	Mujeres, 25-34 >
Ubicación con más interacción	
★ Conoce a tu audiencia	Norte de Santander >
Descubre la edad, el sexo y los intereses de tu audiencia	

<b>Nombre:</b>	GIF Aleatorio
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	928 personas alcanzadas y 11 interacciones

Tabla 10: Producto 10. Elaboración propia

**Bibliotecario**

Ref. *Persona que por oficio tiene a su cargo el cuidado de una biblioteca, ordena y clasifica los libros y facilita la consulta y el préstamo de los volúmenes que solicita el público.*

**BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ FERRERO**  
*Formando por ser uno...*

1 Me encanta | 1 En la publicación | 0 En veces compartido

0 Comentarios | 0 En la publicación | 0 En el contenido compartido

2 Veces compartido | 2 En la publicación | 0 En el contenido compartido

12 Clics en publicaciones

2 Visualizaciones de fotos | 0 Clics en el enlace | 10 Otros clics

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

0 Ocultar publicación | 0 Ocultar todas las publicaciones

0 Denunciar como spam | 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

502 Personas alcanzadas | 20 Interacciones | Promocionar publicación

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	502 personas alcanzadas y 20 interacciones.

*Tabla 11: Producto 11. Elaboración propia*

Publicado por Angye Acevedo [?] · 6 de junio · 🌐

El #Refrán es como una flor, crece y se beneficia de la fuerza y experiencia de los que estuvieron antes. Comenta cual es tú refrán favorito o cuál escuchas constantemente #BibliotecaPública #JulioPérezFerrero.

---

**LIBRO PRESTADO, PERDIDO O ESTROPIADO**

---

  
Patrimonio que nos une...

---

👍 Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

**392** Personas alcanzadas    **10** Interacciones    [Promocionar publicación](#)

**392** Personas alcanzadas

**6** Me gusta, comentarios y contenido compartido ⓘ

<b>5</b> Me gusta	<b>5</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>0</b> Comentarios	<b>0</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>1</b> Veces compartido	<b>1</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido

**4** Clics en publicaciones

<b>2</b> Visualizaciones de fotos	<b>0</b> Clics en el enlace ⓘ	<b>2</b> Otros clics ⓘ
--------------------------------------	----------------------------------	---------------------------

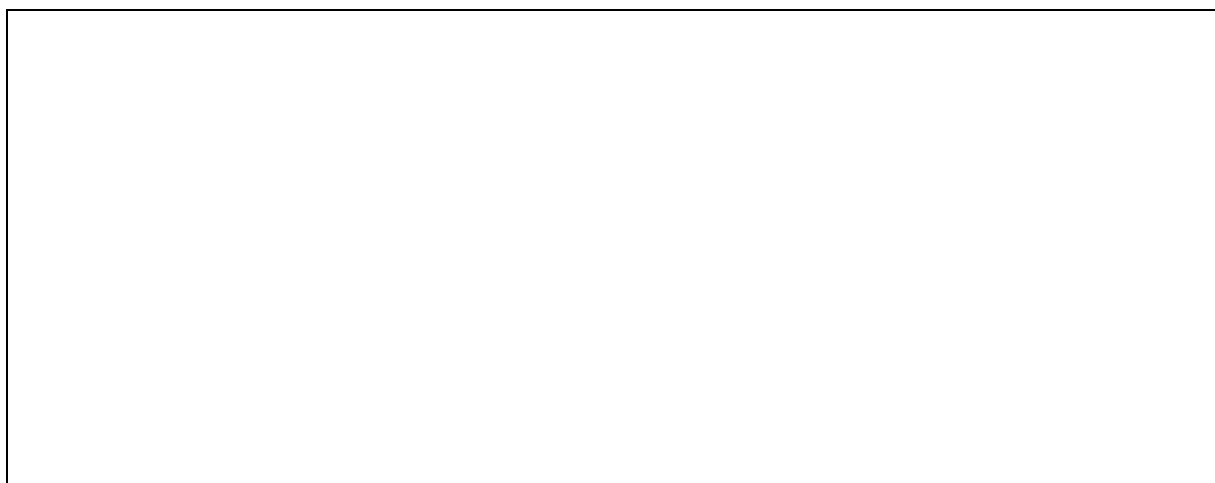
**COMENTARIOS NEGATIVOS**

<b>0</b> Ocultar publicación	<b>0</b> Ocultar todas las publicaciones
<b>0</b> Denunciar como spam	<b>0</b> Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Refran Colombiano
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	392 persona alcanzadas y 10 interacciones

*Tabla 12: Producto 12. Elaboración propia*



<div style="text-align: center;"> <p>Detalles de la publicación</p> <p>Vídeo    Publicación    Veces compartido    Ver resultados de todos los vídeos</p> </div>	
	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p><b>Rendimiento de tu publicación</b></p> <p>← Audiencia e interacción ▾</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span>👤</span> Alcance estimado <span style="float: right;">489 &gt;</span></li> <li><span>👤</span> Espectadores únicos <span style="float: right;">88 &gt;</span></li> <li><span>👍</span> Interacción con la publicación <span style="float: right;">6 &gt;</span></li> <li><span>👤</span> Audiencia con más interacción <span style="float: right;">-- &gt;</span></li> <li><span>📍</span> Ubicación con más interacción <span style="float: right;">-- &gt;</span></li> </ul> <p>★ <b>Conoce a tu audiencia</b>  Descubre la edad, el sexo y los intereses de tus espectadores con las estadísticas de la audiencia.  <a href="#">Ver las estadísticas</a></p> </div>
<p>Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no reflejen los datos más recientes.</p> <p style="text-align: right;"> <a href="#">Crear publicación con vídeo</a>    <a href="#">Promocionar publicación</a> </p>	
<b>Nombre:</b>	Ruleta
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	489 personas alcanzadas y 6 interacciones

*Tabla 13: Producto 13. Elaboración propia*

The screenshot shows a Facebook post for 'Abibliofobia' with the following engagement metrics:

- Me gusta: 2 (En la publicación)
- Me encanta: 2 (En la publicación)
- Comentarios: 0 (En la publicación)
- Veces compartido: 0 (En la publicación)
- En la publicación: 2
- En el contenido compartido: 0
- En el contenido compartido: 0
- Clics en publicaciones: 5
- Visualizaciones de fotos: 3
- Clics en el enlace: 0
- Otros clics: 2

At the bottom of the post, it shows 424 personas alcanzadas and 9 interacciones, with a 'Promocionar publicación' button.

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	424 personas alcanzadas y 9 interacciones

Tabla 14: Producto 14. Elaboración propia



#Refran ☀️

El sueño es enemigo de la sabiduría. Por eso, explora, descubre y diviértete encontrando nuevos mundos de conocimiento. 📖 ✍️ 📌

#BibliotecaJulioPérezFerrero... Ver más

**QUIEN DUERME MUCHO,  
POCO APRENDE.**



BIBLIOTECA PÚBLICA  
JULIO PÉREZ FERRERO  
*Plataformas que nos unen...*

👍 Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

1331 Personas alcanzadas    43 Interacciones    [Promocionar publicación](#)

**22** Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido 📊

<b>14</b> Me gusta	<b>10</b> En la publicación	<b>4</b> En veces compartido
<b>2</b> Me encanta	<b>2</b> En la publicación	<b>0</b> En veces compartido
<b>0</b> Comentarios	<b>0</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>6</b> Veces compartido	<b>6</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido

**21** Clics en publicaciones

<b>9</b> Visualizaciones de fotos	<b>0</b> Clics en el enlace 📊	<b>12</b> Otros clics 📊
-----------------------------------	-------------------------------	-------------------------

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

<b>0</b> Ocultar publicación	<b>0</b> Ocultar todas las publicaciones
<b>0</b> Denunciar como spam	<b>0</b> Ya no me gusta esta página


Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Refrán
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	1331 personas alcanzadas y 43 interacciones

*Tabla 15: Producto 15. Elaboración propia*

### #SOPADELETRAS

B	I	B	L	I	O	T	E	C	A	T	I
A	C	I	I	N	A	U	T	R	R	E	Ñ
T	D	B	B	F	U	L	E	E	R	C	L
E	M	L	R	L	E	E	M	N	Z	U	E
S	U	L	C	U	E	N	T	O	S	L	C
C	S	I	L	E	N	R	R	U	H	T	T
R	I	G	L	I	B	R	O	T	C	U	O
I	C	A	A	P	E	L	I	M	E	R	R
T	A	C	O	N	O	C	E	R	R	A	N
O	N	Q	U	I	E	T	R	M	I	P	Ñ
R	Y	U	P	E	E	D	A	U	T	O	R
A	R	T	E	M	V	B	R	E	R	I	I



✔ **Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido**  
 Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

**461**  
Personas alcanzadas

**8**  
Interacciones

Promocionar publicación

1 Me gusta	1 En la publicación	0 En veces compartido
1 Me encanta	1 En la publicación	0 En veces compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
0 Veces compartido	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
<b>6</b> Clics en publicaciones		
2 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	4 Otros clics
<b>COMENTARIOS NEGATIVOS</b>		
0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones	
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página	

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Sopa de letras
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	461 personas alcanzadas y 8 interacciones

*Tabla 16: Producto 16. Elaboración propia*

Video    Publicación    Veces compartido    Ver resultados de todos los videos

**Rendimiento de tu publicación**

Audiencia e interacción

- Alcance estimado: 530
- Espectadores únicos: 95
- Interacción con la publicación: 7
- Audiencia con más interacción: --
- Ubicación con más interacción: --

**Conoce a tu audiencia**  
 Descubre la edad, el sexo y los intereses de tus espectadores con las estadísticas de la audiencia.  
[Ver las estadísticas](#)

0:09 · Subido el 16/06/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no reflejen los datos más recientes.

Crear publicación con video    Promocionar publicación

<b>Nombre:</b>	Ruleta de conocimiento
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	530 personas alcanzadas y 7 interacciones

*Tabla 17: Producto 17. Elaboración propia*

**“EL TIEMPO TODO LO CURA,  
MENOS LA VEJEZ Y LA  
LOCURA”**

**BIBLIOTECA PÚBLICA  
JULIO PÉREZ FERRERO**  
*Personas que nos unen...*

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 9700 personas.

860 Personas alcanzadas    21 Interacciones    [Promocionar publicación](#)

11 Me gusta	11 En la publicación	0 En veces compartido
1 Me encanta	1 En la publicación	0 En veces compartido
1 Me divierte	1 En la publicación	0 En veces compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
1 Veces compartido	1 En la publicación	0 En el contenido compartido

7 Clics en publicaciones

3 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	4 Otros clics
----------------------------	----------------------	---------------

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Refran
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	860 personas alcanzadas y 21 interacciones

*Tabla 17: Producto 17. Elaboración propia*



Detalles de la publicación

Video    Publicación    Veces compartido    Ver resultados de todos los videos

Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero...  
#BiblioCúcuta | La literatura ha estado presente a lo largo de la historia a través de todos los géneros literarios, de todas las épocas y es a través de ella que conocemos el sentir, los temores y las necesidades más íntimas del ser humano. ¿Cuál autor te salió y qué...

0:09 · Subido el 19/06/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

**Rendimiento de tu publicación**

← Audiencia e interacción

- Alcance estimado 295
- Espectadores únicos 39
- Interacción con la publicación 4
- Audiencia con más interacción --
- Ubicación con más interacción --

★ **Conoce a tu audiencia**  
Descubre la edad, el sexo y los intereses de tus espectadores con las estadísticas de la audiencia.  
Ver las estadísticas

<b>Nombre:</b>	Ruleta
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	295 personas alcanzadas y 4 interacciones

Tabla 18: Producto 18. Elaboración propia

**Biblioteca Ref.**  
*sepulcro de libros, que no permite la consulta de la biblioteca ni muestra sus libros guardándolos con celo.*

**BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ FERRERO**  
 Promovido por un usuario

1 Me divierte | 1 En la publicación | 0 En veces compartido

0 Comentarios | 0 En la publicación | 0 En el contenido compartido

3 Veces compartido | 3 En la publicación | 0 En el contenido compartido

6 Clics en publicaciones

2 Visualizaciones de fotos | 0 Clics en el enlace | 4 Otros clics

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

0 Ocultar publicación | 0 Ocultar todas las publicaciones

0 Denunciar como spam | 0 Ya no me gusta esta página

426 Personas alcanzadas | 15 Interacciones

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

[Promocionar publicación](#)

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	426 personas alcanzadas y 15 interacciones

Tabla 19: Producto 19. Elaboración propia

Detalles de la publicación

Vídeo   Publicación   Veces compartido   Ver resultados de todos los vídeos



**Rendimiento de tu publicación**

- Audiencia e interacción
- Alcance estimado: 887
- Espectadores únicos: 185
- Interacción con la publicación: 16
- Audiencia con más interacción: Mujeres, 18-24
- Conoce a tu audiencia: Descubre la edad, el sexo y los intereses de tu audiencia.

Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero...  
 #BiblioCúcuta | Te invitamos a que vengas, vivas y hagas parte de estos #Momentos porque cuando compartimos, ampliamos la capacidad de ser felices.  
 #BibliotecaPública.

0:22 · Subido el 21/06/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del vídeo


<b>Nombre:</b>	Video Momentos
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	887 personas alcanzadas y 16 interacciones

Tabla 20: Producto 20. Elaboración propia

¡Etiqueta a tu amigo biblioadicto, en el universo de las palabras todo se vale!

## Biblioadicto

Ref.  
*Persona que está más en una Biblioteca,  
que en su propia casa*



443      42      [Promocionar publicación](#)

7 Me gusta	7 En la publicación	0 En veces compartido
1 Me encanta	1 En la publicación	0 En veces compartido
9 Comentarios	3 En la publicación	6 En el contenido compartido
1 Veces compartido	1 En la publicación	0 En el contenido compartido

24 Clics en publicaciones

7 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	17 Otros clics
----------------------------	----------------------	----------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

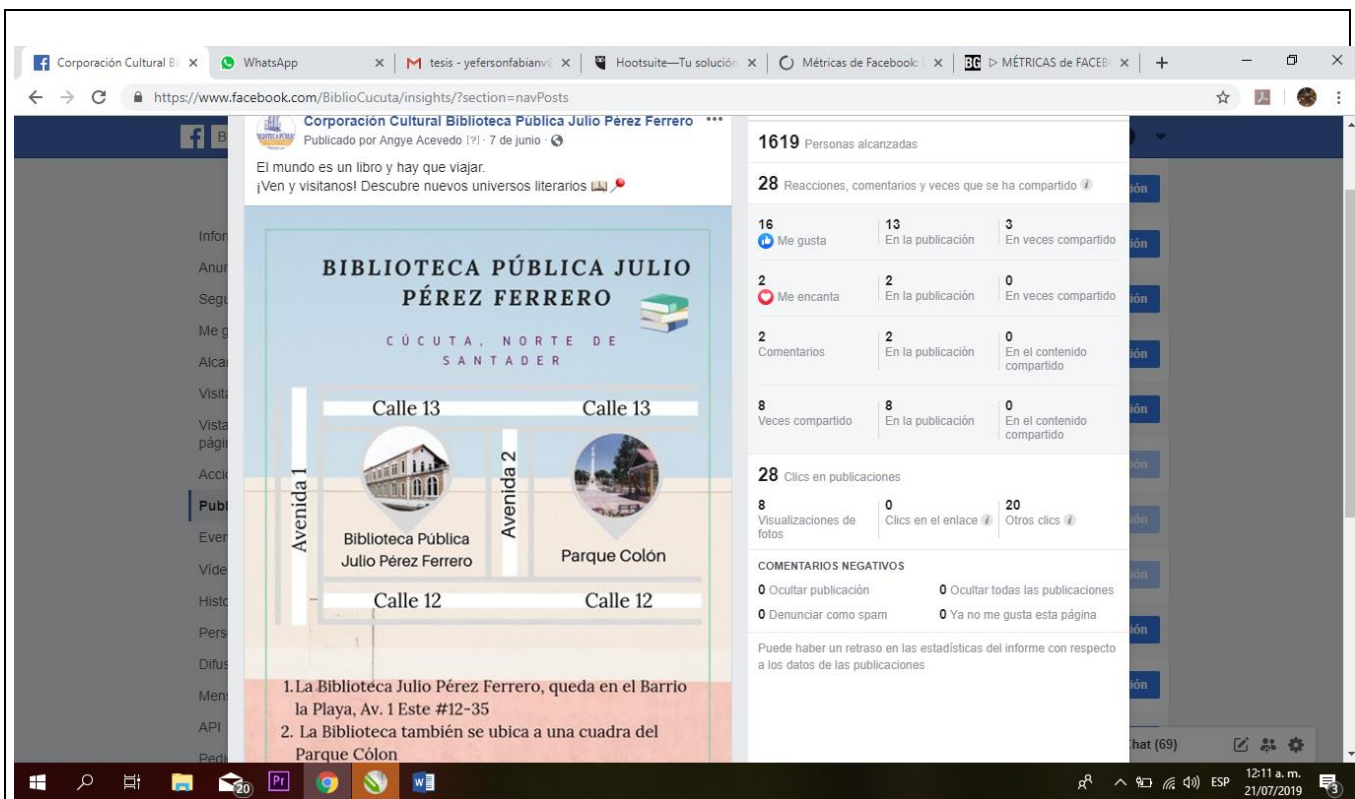
0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	443 personas alcanzadas y 42 interacciones

Tabla 21: Producto 21. Elaboración propia





<b>Nombre:</b>	Aleatorio- Infografía
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	1619 personas alcanzadas y 56 interacciones

Tabla 22: Producto 22. Elaboración propia

**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero**

Publicado por Angye Acevedo · 29 de junio a las 10:14

#Refran El que está acostumbrado a no decir la verdad, toda su vida será construida bajo una mentira. #BibliotecaPública

---

**EN BOCA DEL MENTIROSO,  
LO CIERTO ES DUDOSO**

---



Plataforma que nos un...

---

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 10 000 personas.

1410 Personas alcanzadas    65 Interacciones    [Promocionar publicación](#)

**Rendimiento de tu publicación**

**1410** Personas alcanzadas

**44** Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

<b>33</b> Me gusta	<b>27</b> En la publicación	<b>6</b> En veces compartido
<b>3</b> Me encanta	<b>2</b> En la publicación	<b>1</b> En veces compartido
<b>1</b> Comentarios	<b>1</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>7</b> Veces compartido	<b>7</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido

**21** Clics en publicaciones

<b>11</b> Visualizaciones de fotos	<b>0</b> Clics en el enlace	<b>10</b> Otros clics
------------------------------------	-----------------------------	-----------------------

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

0 Ocultar publicación    0 Ocultar todas las publicaciones  
0 Denunciar como spam    0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas</b>	1410 personas alcanzadas y 65 reacciones

*Tabla 23: Producto 23. Elaboración propia*

#BibliotecaPublica #JulioPerez+errero #Centenario

**Bibliometría**

Ref.  
Recopilación de estadísticas sobre un libro (metron= "medida", ia= "cualidad").

BIBLIOTECA PÚBLICA JULIO PÉREZ FERRERO  
Reinventando por un siglo

Me gusta, comentarios y contenido compartido

10 Me gusta	10 En la publicación	0 En el contenido compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
2 Veces compartido	1 En la publicación	1 En el contenido compartido

5 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	5 Otros clics
----------------------------	----------------------	---------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 10 000 personas.

426 Personas alcanzadas    17 Interacciones    [Promocionar publicación](#)

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	426 personas alcanzadas y 17 interacciones

Tabla 24: Producto 24. Elaboración propia

<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas:</b>	471 personas alcanzadas y 17 interacciones

Tabla 25: Producto 25. Elaboración propia

tan especial.  
#SoyJulioPérezFerrero #SoyBibliotecaPública #SoyCentenario



25 Me gusta	23 En la publicación	2 En veces compartido
5 Me encanta	4 En la publicación	1 En veces compartido
3 Comentarios	0 En la publicación	3 En el contenido compartido
8 Veces compartido	8 En la publicación	0 En el contenido compartido

18 Clics en publicaciones

5 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	13 Otros clics
-------------------------------	-------------------------	-------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Aleatorio
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	1520 personas alcanzadas y 59 interacciones

*Tabla 26: Producto 26. Elaboración propia*

#Centenario

## Bibliognosta

Ref.

*Persona experta en títulos, autores y fechas de libros (gnoseos=conocimiento, ta=agente, el que hace la acción).*

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
 Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 10 000 personas.

**363**  
Personas alcanzadas

**13**  
Interacciones

[Promocionar publicación](#)

<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
Me gusta	En la publicación	En veces compartido
<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Me encanta	En la publicación	En veces compartido
<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Comentarios	En la publicación	En el contenido compartido
<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Veces compartido	En la publicación	En el contenido compartido
<b>1</b> Clics en publicaciones		
<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Visualizaciones de fotos	Clics en el enlace	Otros clics
<b>COMENTARIOS NEGATIVOS</b>		
<b>0</b>	<b>0</b> Ocultar todas las publicaciones	
<b>0</b>	<b>0</b> Ya no me gusta esta página	

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas</b>	363 personas alcanzadas y 13 interacciones

*Tabla 27: Producto 27. Elaboración propia*

Detalles de la publicación

Video    Publicación    Veces compartido    Ver resultados de todos los videos

**Rendimiento de tu publicación**

← Audiencia e interacción ▾

- Alcance estimado 995 >
- Espectadores únicos 177 >
- Interacción con la publicación 26 >
- Audiencia con más interacción
- Ubicación con más interacción
- Conoce a tu audiencia

Mujeres, 18-24 >

Norte de Santander >

0:25 · Subido el 29/06/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

<b>Nombre:</b>	Aleatorio
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	995 personas alcanzadas y 26 interacciones

Tabla 28: Producto 28. Elaboración propia

Detalles de la publicación

Video   Publicación   Veces compartido   Ver resultados de todos los videos

Rendimiento de tu publicación

Audiencia e interacción

Alcance estimado 347

Espectadores únicos 57

Interacción con la publicación 9

Audiencia con más interacción --

Ubicación con más interacción --

Conoce a tu audiencia

Descubre la edad, el sexo y los intereses de tus espectadores con las estadísticas de la audiencia.

Ver las estadísticas

0:09 · Subido el 02/07/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del video

<b>Nombre:</b>	Ruleta de Autores
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas:</b>	347 personas alcanzadas y 9 interacciones

Tabla 29: Producto 29. Elaboración propia



Detalles de la publicación

Vídeo   Publicación   Veces compartido   Ver resultados de todos los vídeos

**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero: Ruleta de Autores...**  
 La ruleta de la literatura ¿Qué esperas para escoger tu autor y comentar el libro más destacado? #BibliotecaPública #JulioPérezFerrero #Centenario

0:09 · Subido el 02/07/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del vídeo

Las estadísticas se registran según la hora del Pacífico y es posible que no reflejen los datos más recientes.

Crear publicación con vídeo   Promocionar publicación

<b>Nombre:</b>	Ruleta de Autores
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métrica:</b>	321 personas alcanzadas y 5 interacciones.

Tabla 30: Producto 30. Elaboración propia

**Bibliobus**  
 Ref.  
 Biblioteca pública móvil instalada en un autobús.

194 Personas alcanzadas    8 Interacciones    [Promocionar publicación](#)

6 Me gusta	6 En la publicación	0 En el contenido compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
1 Veces compartido	1 En la publicación	0 En el contenido compartido
1 Clics en publicaciones		
0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	1 Otros clics

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

- 0 Ocultar publicación
- 0 Ocultar todas las publicaciones
- 0 Denunciar como spam
- 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas:</b>	194 personas alcanzadas y 8 interacciones

*Tabla 31: Producto 31. Elaboración propia*


	<table border="1"> <tr> <td>10 Me gusta</td> <td>9 En la publicación</td> <td>1 En el contenido compartido</td> </tr> <tr> <td>0 Comentarios</td> <td>0 En la publicación</td> <td>0 En el contenido compartido</td> </tr> <tr> <td>1 Veces compartido</td> <td>1 En la publicación</td> <td>0 En el contenido compartido</td> </tr> <tr> <td colspan="3">4 Clics en publicaciones</td> </tr> <tr> <td>3 Visualizaciones de fotos</td> <td>0 Clics en el enlace </td> <td>1 Otros clics </td> </tr> <tr> <td colspan="3">COMENTARIOS NEGATIVOS</td> </tr> <tr> <td>0 Ocultar publicación</td> <td colspan="2">0 Ocultar todas las publicaciones</td> </tr> <tr> <td>0 Denunciar como spam</td> <td colspan="2">0 Ya no me gusta esta página</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones</td> </tr> </table>	10 Me gusta	9 En la publicación	1 En el contenido compartido	0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido	1 Veces compartido	1 En la publicación	0 En el contenido compartido	4 Clics en publicaciones			3 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	1 Otros clics	COMENTARIOS NEGATIVOS			0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones		0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página		Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones		
10 Me gusta	9 En la publicación	1 En el contenido compartido																										
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido																										
1 Veces compartido	1 En la publicación	0 En el contenido compartido																										
4 Clics en publicaciones																												
3 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	1 Otros clics																										
COMENTARIOS NEGATIVOS																												
0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones																											
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página																											
Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones																												
<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano																											
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero																											
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook																											
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda																											
<b>Métricas:</b>	229 personas alcanzadas y 15 interacciones																											

Tabla 32: Producto 32. Elaboración propia

**100**  
BIBLIOTECA  
JULIO PÉREZ  
FERRERO

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 10 000 personas.

1374 Personas alcanzadas    57 Interacciones    [Promocionar publicación](#)

23 Me gusta    23 En la publicación    0 En veces compartido

4 Me encanta    4 En la publicación    0 En veces compartido

0 Comentarios    0 En la publicación    0 En el contenido compartido

2 Veces compartido    2 En la publicación    0 En el contenido compartido

28 Clics en publicaciones

15 Visualizaciones de fotos    0 Clics en el enlace    13 Otros clics

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

0 Ocultar publicación    0 Ocultar todas las publicaciones

0 Denunciar como spam    0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

<b>Nombre:</b>	Aleatorio
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas:</b>	1374 Personas alcanzadas y 57 interacciones

Tabla 33: Producto 33. Elaboración propia

**Biblioteconomía**

Ref.  
conocimientos que son precisos para que las bibliotecas puedan cumplir sus funciones y sus fines, de acuerdo con las necesidades de los usuarios.

7 Me gusta  
7 En la publicación  
0 En veces compartido

1 Me encanta  
1 En la publicación  
0 En veces compartido

0 Comentarios  
0 En la publicación  
0 En el contenido compartido

1 Veces compartido  
1 En la publicación  
0 En el contenido compartido

3 Clics en publicaciones

2 Visualizaciones de fotos  
0 Clics en el enlace  
1 Otros clics

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación  
0 Ocultar todas las publicaciones

0 Denunciar como spam  
0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

974 Personas alcanzadas  
12 Interacciones  
Promocionar publicación

<b>Nombre:</b>	Diccionario
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas:</b>	974 personas alcanzadas y 12 interacciones

Tabla 34: Producto 34. Elaboración propia

**Corporación Cultural Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero** ···  
 Publicado por Angye Acevedo · 19 de julio a las 21:12 · 🌐

🗣️ Recuerden que jamás se controla lo que los demás hacen o dicen, pero si elegimos cuanto nos afecta 🗣️. #Refran #BibliotecaPública.

---

**A PALABRAS NECIAS  
OÍDOS SORDOS.**

---

  
*Plataforma que vive con...*

---

🟢 **Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido**  
 Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 10 000 personas.

937 Personas alcanzadas    17 Interacciones    [Promocionar publicación](#)

**Rendimiento de tu publicación**

**937** Personas alcanzadas

**5** Me gusta, comentarios y contenido compartido 📈

<b>5</b> Me gusta	<b>5</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>0</b> Comentarios	<b>0</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido
<b>0</b> Veces compartido	<b>0</b> En la publicación	<b>0</b> En el contenido compartido

**12** Clics en publicaciones

<b>5</b> Visualizaciones de fotos	<b>0</b> Clics en el enlace 📈	<b>7</b> Otros clics 📈
-----------------------------------	-------------------------------	------------------------

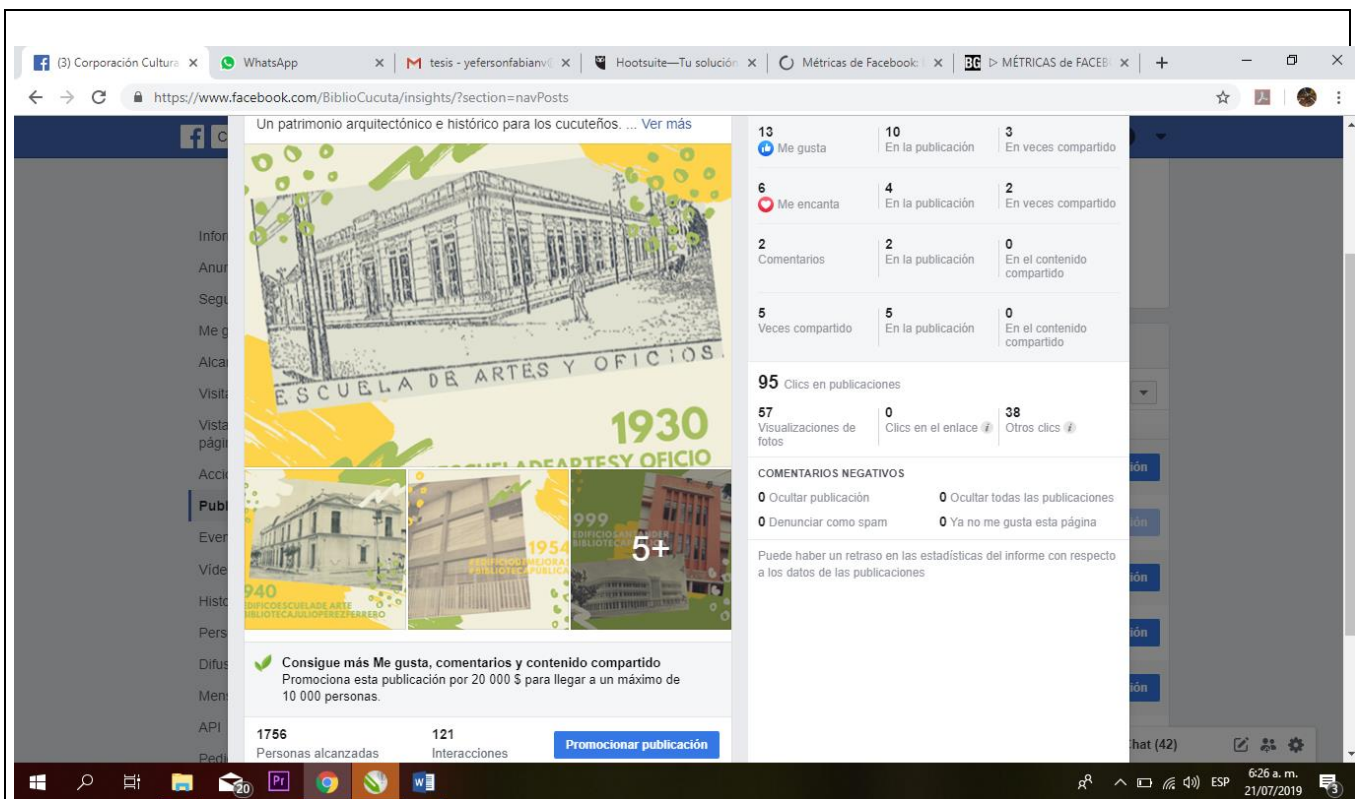
**COMENTARIOS NEGATIVOS**

<b>1</b> Ocultar publicación	<b>0</b> Ocultar todas las publicaciones
<b>0</b> Denunciar como spam	<b>0</b> Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Refrán Colombiano
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas:</b>	937 personas alcanzadas y 17 interacciones

*Tabla 35: Producto 35. Elaboración propia*



<b>Nombre:</b>	Memorias Julio Pérez Ferrero
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Copy:</b>	1756 Personas alcanzadas y 121 interacciones.

Tabla 36: Producto 36. Elaboración propia

Un patrimonio arquitectónico e histórico para los cucuteños. ... Ver más

ESCUELA DE ARTES Y OFICIOS

1930

940 OFICINA ESCUELA DE ARTE BIBLIOTECA JULIO PÉREZ FERRERO

1954 OFICINA ESCUELA DE ARTE BIBLIOTECA JULIO PÉREZ FERRERO

5+

Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por 20 000 \$ para llegar a un máximo de 10 000 personas.

1756 Personas alcanzadas 121 Interacciones Promocionar publicación

13 Me gusta 10 En la publicación 3 En veces compartido

6 Me encanta 4 En la publicación 2 En veces compartido

2 Comentarios 2 En la publicación 0 En el contenido compartido

5 Veces compartido 5 En la publicación 0 En el contenido compartido

95 Clics en publicaciones

57 Visualizaciones de fotos 0 Clics en el enlace 38 Otros clics

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones

0 Denunciar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

<b>Nombre:</b>	Memorias Julio Pérez Ferrero
<b>Tema central:</b>	Cien Años de la Biblioteca Julio Pérez Ferrero
<b>Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:</b>	Facebook
<b>Equipo de producción:</b>	Yeferson Vargas, Yuliana Martinez, Daniella Peñaranda
<b>Métricas:</b>	1756 personas alcanzadas y 121 interacciones

Tabla 37: Producto 37. Elaboración propia



## Capítulo IV

### Conclusiones Recomendaciones

De la biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero se puede concluir que la estrategia de narrativa transmedia implementada como una alternativa adecuada para consolidar el centenario, logro visibilizar y reconocer que la historia de la entidad aún sigue intacta. Contextualizando todos los sucesos que han sido parte del desarrollo y crecimiento de la entidad desde diferentes dinámicas que vinculan a todo tipo de público.

Asimismo, se resalta el apoyo incondicional del Director Julio García Herreros, al momento de apoyar todos los procesos ejecutados. El ebook elaborado da como resultado la consolidación de cien años de historia profundizada desde los mismos actores de la biblioteca. Por lo tanto, se recomienda seguir con el dinamismo de difundir todos los procesos ejecutados, para obtener definiciones claras y orientadoras, ampliando el mundo de la narrativa con nuevas piezas textuales.

La narrativa transmedia actualmente se ha convertido en la fórmula ideal para cualquier actividad comunicativa o cultural, como lo fue en el caso del centenario de la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero, quien dependió de gran vitalidad y capacidad de innovación de sus grandes y pequeños actores, para dejar un producto que concluyera 100 años de historia. }

Al momento de implementar la narrativa transmedia en procesos comunicativos, se debe tener en cuenta el dinamismo original del proyecto, utilizando cada parte de la historia en plataformas distintas y adecuadas que le puedan brindar más fuerza, maximizando la experiencia del usuario.

Por otra parte, es necesario cuidar el punto de entrada de la historia, esta permite concretar un compromiso y participación con el receptor que se incluye en la misma, interactuando de una manera más simple. La interfaz debe ser presentada de forma sencilla y concreta, para que cualquier tipo de público pueda hacer uso de ella y de esta manera obtener más alcance.

Cada herramienta implementada en la narrativa transmedia, debe tener conexión entre los contenidos mediáticos dispersos, para animar al consumidor a buscar información y compartirla con demás receptores.

Por último, es necesario que la información presentada frente al público sea de interés social y que la misma esté expuesta en lenguajes concretos, interactivos e incluyentes para expandir el mensaje.

## Bibliografía

- Alicia, G. A. (2018). *La Narrativa Transmedia en la información: características del reportaje periodístico*. Obtenido de [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/177859/TFG\\_2018\\_AmelaGarcia\\_Alicia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/177859/TFG_2018_AmelaGarcia_Alicia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alexander, A. C. (2018). “Escenarios de Narración Transmedia en Contextos de Interacción Social: ‘Pintaramanga’”. *researchgate.net*, 556.
- Ardini, C. G. (2016). Las narrativas transmedia en la educación para la integración del adulto mayor. *Repositorio Institucional de la UNLP- SIDICI*, 11.
- Andrés, B. B. (junio de 2006). Proyectos sociales transmedia: la comunicación digital. España, Palencia
- Andres, M. I. (2015). “La ciudad escondida. Toledo, laboratorio de comunicación transmedia”. *Redalyc*, 22.
- Camila, D. T. (2017). *Estrategia comunicacional a través de las narrativas transmedia para causas sociales*. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario\\_pc/Downloads/Trabajo%20de%20grado%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario_pc/Downloads/Trabajo%20de%20grado%20(1).pdf)
- Cristina, A. P. (2016). *El arte de contar historias en la publicidad por medio de la narrativa transmedia*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20906/ArjonaParraVivianaCristina2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cano, N. F. (2018). Estrategia transmedia de comunicación #Yosoydiverso. *Revista Luciérnaga*, 10.
- Bertolotti, P. (2009). Conceptos básicos comunicación digital.
- Daniel, H. B. (julio de 2015). *Repositorio Digital de la Universidad Politécnica de Cartagena, Narrativa transmedia como estrategia de*. Obtenido de Repositorio Digital de la Universidad Politécnica de Cartagena, Narrativa transmedia como estrategia de: <http://repositorio.upct.es/handle/10317/5292>
- Darwin, C. F. (29 de Abril de 2015). *Más peruano que: conoce la nueva campaña de Marca Perú*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/peruano-conoce-nueva-campana-marca-peru-189458>
- Dr Hernandez Perez, D. G. (2003-2010). Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. *Narrativa crossmedia*, 20.
- Figuro Espadas, J., & Miranda Galbe, J. (2016). *El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: El caso de el Ministerio del tiempo*.

- Obtenido de  
<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/223/205>
- Gonzales, R. (s.f.). Nuevas representaciones en el Ecosistema mediático: el documental transmedia como narrativa social, "Proyecto Quipu". *ResearchGate* , 15.
- Graells, D. P. (1999). *LOS ESPACIOS WEB MULTIMEDIA: TIPOLOGÍA, FUNCIONES, CRITERIOS DE CALIDAD*. Obtenido de DIM: <http://peremarques.pangea.org/tipoweb.htm>
- Guisella, I. B. (26 de Mayo de 2015). *Transmedia: El caso de la campaña de la Marca Perú*. Obtenido de <https://comunidad.iebschool.com/guisellainfantes/2015/05/26/transmedia-el-caso-de-la-campana-de-la-marca-peru/>
- Guimoye Martín, M. d. (2017). Narrativa transmedia en las series de ficción española El caso de 'La que se avecina'. *Deposito de investigación universidad de sevilla* , 49.
- Irene, F. S. (2017). proyecto col-lectiu matria de comunicació transmedia. *col-lectiupunt6*, 44.
- Isabel, V. M. (2011). *Produccion Crossmedia: El caso de televisión de Cataleya*. Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2011/hdl\\_10803\\_42305/miv1de1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2011/hdl_10803_42305/miv1de1.pdf).
- Jaime, R. (13 de Febrero de 2018). *Caso de estudio: Ikea*. Obtenido de <https://medium.com/somos-enes/la-otra-carta-a8407e0d7d7d>
- Kelly, R. D., Atarama Rojas Tomás, & Palomino Moreno, H. (2016). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Ediciones Complutense*, 18.
- Laura, M. V. (2016). Narrativas transmedias en la comunicación de las ONG. *fonseca journal of communication*, 53.
- Londoño, m. d. (2012). "La III encuesta nacional de percepción pública de la ciencia y la tecnología" . Cúcuta- Colombia : web.
- Luis, M. N. (2017). "Usos Educativos de la Narrativa Transmedia". *Razón y Palabra*, 15.
- Luisa, L., & Nakhoul Samantha. (s.f.). *La comunicación digital en la sociedad del conocimiento*. Obtenido de <https://unexpo.files.wordpress.com/2012/02/sociedadconocimiento.pdf>
- Gutiérrez José Miguel, F. R. (2017). Narrativas transmedia con jóvenes universitarios Una etnografía digital en la sociedad hiperconectada\*. [https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi\\_a2017n57/analisi\\_a2017n57p81.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2017n57/analisi_a2017n57p81.pdf), 16.
- MAR GUERRERO-PICO, C. A. (2012). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Scielo*, 19.
- Manovich, L. (2001). *El lenguaje de los medios de comunicación, la imagen en la era digital*. Estados Unidos : España .

Oscar, R. H. (4 de Octubre de 1999). *Razón y Palabra primera revista electrónica en américa latina, especializada en tópicos de comunicación*. Obtenido de Razón y Palabra primera revista electrónica en américa latina, especializada en tópicos de comunicación:  
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n15/oreyesh15.html>

Hilario Barinas, Mario Daniel- "Narrativa transmedia como estrategia de comunicación en el sector de la música, caso específico ColdPlay". (2015). "Narrativa transmedia como estrategia de comunicación en el sector de la música, caso específico ColdPlay". *Repositorio Digital- Universidad Politécnica de Cartagena; Universidad de Murcia*, 22.

Hernández, F. y. (s.f.). *Metodología cualitativa*. Obtenido de Enciclopedia virtual:  
[http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia\\_cualitativa.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cualitativa.html)

TUR-VIÑES VICTORIA, R. F. (2003). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook (Antena 3. España). *Scielo*, 17.