



El caminar creativo en un terreno sin fronteras

**Sistematización de la práctica profesional en el grupo de medios de los
Misioneros Combonianos en Colombia**

Estudiante:

Yuly Andrea Garay Agudelo

Tutor:

Javier Espitia Viasús

Bogotá, 16 de junio de 2017

Índice de contenidos

Introducción.....	4
Capítulo 1 - Descripción general del contexto de la práctica profesional en el grupo de medios Sinfronteras.....	6
1.1 Reseña histórica de la congregación de los Misioneros Combonianos.....	6
1.2 Descripción del entorno de la práctica profesional.....	11
1.3 Caracterización de la experiencia.....	12
1.3.1 El proceso de la práctica.....	13
1.4 Antecedentes de Sinfronteras Radio, Revista y Tv.....	14
1.5 Organigrama con la ubicación del practicante.....	16
1.6 Descripción del área funcional desempeñada.....	16
1.7 Datos del Director, Jefe inmediato y Equipo interdisciplinario con el que se interactuó.....	18
Capítulo 2 - Desde dónde mirar: Categorías de análisis.....	19
2. Mediaciones digitales.....	19
2.2 <i>Community manager</i>	25
2.3 Comunicación para el cambio social.....	32
2.4 Práctica profesional.....	41
Capítulo 3 - Reconstrucción de la experiencia.....	45

3.1 Descripción y caracterización general de las etapas de la práctica profesional.....	45
3.2 Línea de tiempo con los hitos centrales de la experiencia.....	50
3.2.1 Descripción de los momentos más significativos.....	50
Capítulo 4 - Aspectos que facilitaron y dificultaron la práctica.....	61
Capítulo 5 - Resultados, aprendizajes y recomendaciones.....	71
5.1 Resultados	71
5.2 Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	74
6. Conclusiones.....	79
7. Agradecimientos.....	81
8. Anexos.....	82
8.1 Plan de sistematización.....	82
8.2 Links de las emisiones del noticiero Sinfronteras Información.....	97
9. Referencias.....	99

INTRODUCCIÓN

Este documento describe lo ocurrido en la experiencia de la práctica profesional realizada por Yuly Andrea Garay Agudelo en el grupo de medios “Sinfronteras” de la Congregación de los Misioneros Combonianos en Colombia. Se busca identificar los frutos del proceso de aprendizaje de la pasantía, detallando sus etapas y describiendo los momentos más significativos. Para ello se contrastarán la situación inicial, la ejecución en sí y los resultados, todo analizado desde un marco conceptual pertinente para reconstruir los sentidos de la práctica e identificar las lecciones aprendidas y recomendaciones del caso.

El trabajo se desarrolla en cinco capítulos, empezando por la reseña histórica de la comunidad comboniana en Colombia y el mundo, luego se hace una descripción general del entorno de la práctica y enseguida se presentarán los antecedentes del grupo de medios Sinfronteras con los momentos puntuales que dieron auge a los diferentes medios de comunicación adoptados para continuar su tarea evangelizadora en el mundo.

Consecutivamente en el capítulo número dos se llevará a cabo la interpretación conceptual de la práctica profesional con cuatro categorías pertinentes para su estudio: a) Mediaciones digitales; b) Comunicación para el cambio social; c) Community Manager y d) práctica profesional.

En el tercer capítulo, se describirán desde una línea de tiempo los hitos o etapas más significativas de la práctica profesional, que a través de cinco momentos claves

permiten interpretar las significaciones que se vivieron como comunicadora social - periodista en formación.

En los capítulos finales, se analizarán críticamente los resultados alcanzados en perspectiva con los aspectos que facilitaron y dificultaron la práctica, para proceder finalmente a describir las lecciones aprendidas, especialmente en lo relacionado con las dinámicas que como *community manager* debe asumir un comunicador social – periodista que se vincula a una organización como esta de enfoque social, desarrollo humano y con interés en el crecimiento espiritual de las personas.

El documento cierra con algunas recomendaciones para la academia y la organización seguido de las referencias y anexos que en la articulación del documento se referenciaron.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CONTEXTO DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN EL GRUPO DE MEDIOS SINFRONTERAS

Reseña histórica de la Congregación de los Misioneros Combonianos

El fundador de esta obra es San Daniel Comboni, un sacerdote italiano apasionado por la misión cristiana que siempre confió en que los africanos se convertirían ellos mismos en protagonistas de su propia evangelización, en ese sentir, concibió un proyecto cuya finalidad es: "Salvar África por medio de África" (Plan de 1864).

La bandera de amor que llevó en alto San Daniel le hizo fiel a su lema "África o muerte". En dicha travesía y a pesar de las dificultades, su proyecto brilló al fundar en 1.867 el Instituto de los Misioneros Combonianos y en 1.872 el Instituto de las Misioneras Combonianas.

Más adelante surgieron nuevos frutos del carisma Comboniano, las misioneras seculares (1.969) y los laicos misioneros (1.993). Los esfuerzos por ensanchar el espectro para anunciar el mensaje salvífico, se ve actualmente reflejado en 45 países de cuatro continentes donde los combonianos están presentes.

"Hemos nacido para la misión y a la misión hacemos siempre referencia. Somos expresión de una Iglesia itinerante, en movimiento permanente. Que sale al encuentro

de diversos pueblos y culturas. Como comunidad viva entre aquellos pueblos o grupos humanos todavía no evangelizados o que no lo están suficientemente; trabajamos para la liberación integral de las personas desfiguradas por el pecado y las injusticias, fomentando actividades que favorezcan el desarrollo integral de las personas”, (combonianos – historia: en Misioneros Combonianos en Colombia).

Tal como se expresa en la anterior opinión, los hombres y mujeres comprometidos con este carisma, conciben su acción constante y decidida especialmente donada en los lugares más recónditos y abandonados del planeta.



En Colombia

Los Misioneros Combonianos llevan más de 25 años, inicialmente llegaron a la ciudad de Cali en el departamento de Valle del Cauca con el objetivo de promover una mayor conciencia misionera en el pueblo colombiano y presentar su trabajo misionero en otras partes del mundo.

Posteriormente la presencia de los misioneros llegó a Bogotá D.C. promoviendo entre otras cosas la revista misionera “Iglesia Sinfronteras”. Observando la realidad que vive Colombia, los combonianos han hecho presencia en zonas de alta complejidad social con el objetivo de brindar acompañamiento a las poblaciones campesinas que viven abandonadas del gobierno y de la misma Iglesia en ambientes de temor ante los grupos armados que hacen presencia en la región.

En 1.996 la presencia misionera llegó a Medellín (Antioquia) con el postulantado de aspirantes, allí se empezaron a formar los primeros colombianos que se sentían llamados a la vida consagrada. En los últimos años la misión de los combonianos se ha concentrado en Tumaco (Nariño) donde los hermanos dedican su tiempo a acompañar la población afro descendiente que vive en situaciones muy marcadas de miseria.

Por su parte, las Hermanas Misioneras Combonianas han hecho presencia en Bogotá y en Buenaventura (Valle del Cauca), “nuestra presencia en Colombia quiere ser un pequeño signo del Reino de Dios en la proclamación y testimonio del Evangelio, con

acciones de solidaridad con los grupos sociales más desfavorecidos de Colombia, con acciones a favor de la justicia y los derechos humanos”, explican.

Comunidades

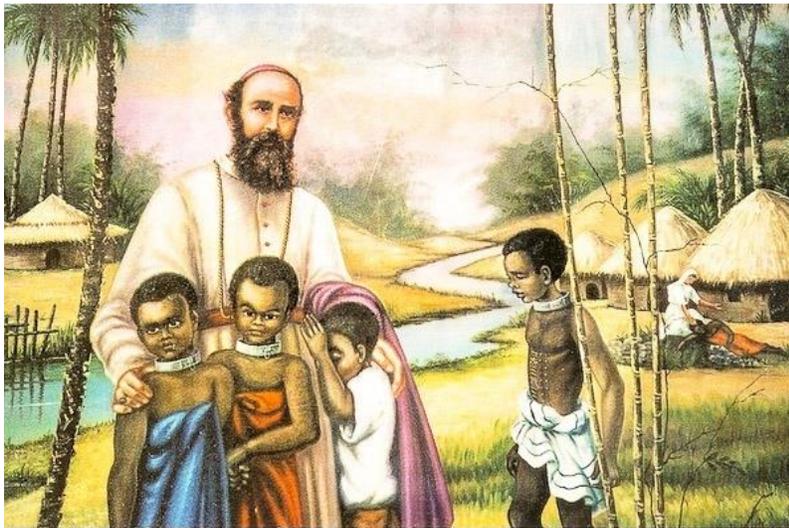
BOGOTÁ: Centro de Animación Misionera (CAM) y Centro Internacional de Hermanos (CIH)

MEDELLÍN: Postulantado / Pastoral Juvenil / Promoción Vocacional

CALI: Pastoral / Animación Misionera

TUMACO: Parroquia de la Resurrección / Pastoral Afro / Coordinación Pastoral Social Diocesana

El fundador de la obra - San Daniel Comboni



Daniel Comboni nació en Limone sul Garda (Brescia, Italia) el 15 de marzo de 1.831, en una familia de campesinos al servicio de un pudiente señor de la zona. Su padre Luigi y su madre Domenica estuvieron muy unidos a Daniel, que fue el cuarto de ocho

hijos, y el único sobreviviente. Ellos tres formaban una familia unida, de fe profunda y rica de valores humanos, pero menesterosa de bienes materiales.

La pobreza de la familia empuja a Daniel a dejar su pueblo para ir a la escuela a Verona, en el Instituto fundado por el sacerdote don Nicolás Mazza. Durante los años que estuvo en Verona Daniel descubre su vocación sacerdotal y misionera, cursó los estudios de filosofía y teología abriéndose resueltamente a la misión de África Central, atraído por el testimonio de los primeros misioneros del Instituto Mazza que volvían del continente africano.

Justamente Daniel Comboni luego de ser ordenado sacerdote fue destinado como misionero al Vicariato Apostólico del África Central (actual Arquidiócesis de Jartúm) junto a otros cinco misioneros, el 14 de febrero de 1.858. La empresa falló debido a la muerte de sus compañeros, razón por la cual tuvo que regresar a Italia.

El 1 de junio de 1.867, Comboni fundó en Verona un seminario para las misiones extranjeras, una especie de compañía de sacerdotes y laicos, sin voto alguno, aparte de la fidelidad al instituto, contando con la colaboración de los jesuitas para la educación de los futuros misioneros. Comboni llamó a la Compañía Hijos del Sagrado Corazón de Jesús. El 8 de diciembre de 1.871 el obispo de Verona aprobó el instituto, convirtiéndose en una sociedad de derecho diocesano. En 1.877 el fundador fue nombrado vicario apostólico del África Central y se trasladó a Jartum, sede del Vicariato.

Comboni trabajó incansablemente por liberar a muchos esclavos, por dar protagonismo a las mujeres africanas, por buscar vocaciones autóctonas y, sobre todo, lideró con esmero la animación misionera de las iglesias.

El 10 de octubre de 1.881, a los 50 años de edad, marcado por la cruz que nunca lo ha abandonado «como fiel y amada esposa», Comboni murió en Jartum (Sudan), en medio de su gente, consciente de que su obra misionera no moriría. Hoy la obra vive gracias al don que de su propia vida han hecho hombres y mujeres decididos por el camino difícil y fascinante de la misión entre los pueblos más pobres en la fe y más abandonados de la solidaridad de los hombres.

La Iglesia reconoció el trabajo y la entrega misionera de Comboni, por eso, fue beatificado en 1.996 y canonizado 5 de octubre del 2.003 por el Papa Juan Pablo II.

*(Documentación Histórica extraída de <http://iglesiasinfronteras.org>)

Descripción del entorno de práctica profesional

El grupo de medios Sinfronteras (radio, revista y tv), es fruto del proyecto de evangelización de los Misioneros Combonianos del Corazón de Jesús, una comunidad exclusivamente misionera, conformada por hermanos consagrados y sacerdotes para anunciar la Buena Nueva de Jesucristo en todo el mundo.

Sinfronteras Bogotá, está localizado en la Calle 42, N° 13-50 Casa Daniel Comboni del barrio Chapinero, allí se encuentran las instalaciones de la emisora “Sinfronteras

Radio”, la oficina de prensa y el centro de comercialización y distribución de las revistas misioneras “Iglesia Sinfronteras” y “Aguiluchos Combonianos”.

En el área de comunicaciones, el equipo de trabajo lo conformábamos seis profesionales con tareas diferenciadas entre la producción de contenidos para radio, prensa y web. En el caso particular, como practicante hacía las funciones de asistente de comunicaciones. Las tareas asignadas estaban directamente relacionadas con la creación de contenidos para la retroalimentación de redes sociales y la producción de contenidos para el formato radial, éste último con la elaboración de guiones y la locución de varios programas semanales.

Caracterización de la experiencia

Para adentrarse en la comprensión de la práctica profesional realizada y la descripción de todos y cada uno de los procesos que intervinieron en su desarrollo, es preciso conocer quién es Sinfronteras Radio y Tv para dar una visión de su propósito como medio de comunicación, los ejes que lo conforman y la realidad que vive la organización.

El grupo de medios Sinfronteras es fruto de la labor evangelizadora de los Misioneros Combonianos, una comunidad exclusivamente misionera conformada por hermanos consagrados y sacerdotes que buscan engendrar el amor a Dios y el ardor por la misión cristiana en más corazones. Desde esa motivación, los misioneros encontraron en los medios de comunicación una herramienta que daba alas a su apostolado.

En Colombia, los misioneros iniciaron hace más de 30 años con la publicación de la revista Iglesia Sinfronteras para adultos y posteriormente con la publicación infantil

Aguiluchos Combonianos, ambas con inspiración y espíritu misional, con contenidos cristianos y reflexiones sociales sobre distintas realidades en el mundo a la luz del Evangelio. Hoy con amplio reconocimiento, dichos medios impresos continúan en circulación en varios países del mundo. A la fecha el número de publicación de Iglesia Sinfronteras es 410 y de Aguiluchos Combonianos número 182, ediciones junio de 2017.

En un segundo momento, puntualmente en mayo de 2010 nació “Sinfronteras Radio”, una emisora On line igualmente con contenido social y reflexivo, de carácter informativo y formativo, con énfasis en la familia, los valores cristianos y la espiritualidad comboniana, todo ello movido en el amor por y para Dios y en Él para los semejantes. En ese caminar innovaron también con la producción de televisión On line, específicamente con fines informativos y de entretenimiento.

A la par con los medios de comunicación, la oferta digital creció con el posicionamiento de la página web: <http://iglesiasinfronteras.org> y las distintas redes sociales creadas para acercar a la comunidad y entablar interacciones permanentes.

El proceso de la práctica

Conociendo ya un poco de la historia de la congregación comboniana y la explicación general del trabajo multimedial que realizan, entraré en materia sobre el proceso en particular. Mi práctica profesional la realicé tiempo completo de lunes a viernes en un periodo de seis meses, que iniciaron el día lunes 5 de agosto del año 2013 y

culminaron a finales de febrero de 2014, la jornada iba de 8:00 hasta las 17:00 horas, en las instalaciones de la emisora Casa Daniel Comboni.

El trabajo en mi rol de practicante como asistente de comunicaciones se centró en la generación de contenidos y la retroalimentación de las redes sociales, estableciendo relaciones más cercanas con los oyentes, lectores y seguidores de todos los medios de contacto. El reto consistía en renovar estos medios, con información fresca, contenidos atractivos y programación diversa que despertaran mayor interés y preferencia, pero, sobre todo, que cumplieran con su misión evangelizadora.

La expectativa de la organización con nosotros los comunicadores sociales - periodistas, tenía que ver mucho con la necesidad sentida del aprovechamiento de las nuevas tecnologías para generar contenidos digitales, y dar así nuevas opciones de respuesta a las demandas de la ciudadanía que hoy en día acude a la virtualidad en búsqueda de información, formación en múltiples temas, entre ellos el espiritual.

Sinfronteras, Radio, Revista y Tv

Antecedentes

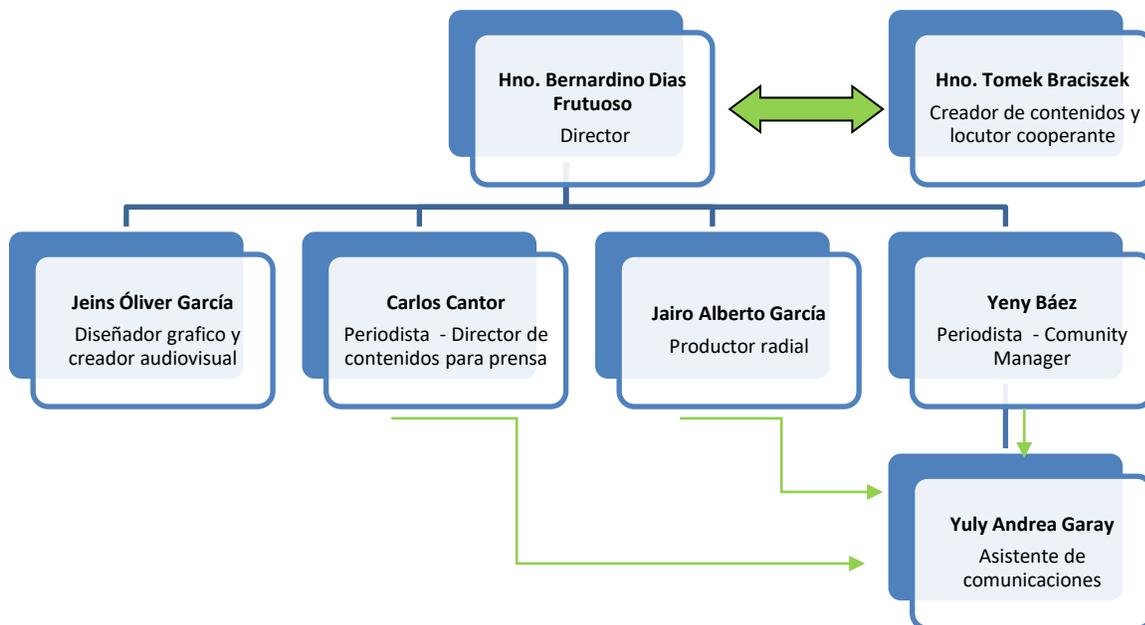
En la tarea de continuar sembrando el amor de Dios, la congregación comboniana a través del tiempo vio en los medios de comunicación otra oportunidad para cumplir su propósito, dando vida a medios impresos (revistas: Aguiluchos y Sinfronteras); medios audiovisuales (emisora: Sinfronteras Radio y televisión: Sinfronteras Tv), además del voz a voz cotidiano y que con mayor fuerza inspiraba las visitas a múltiples parroquias.

La difusión de la conciencia misionera, ha hecho eco en la variedad cultural de los países en los que trabajan los combonianos, en esencia por el desafío que representa adaptar los medios y el lenguaje a la realidad de cada pueblo, “la lengua es la llave que da acceso a la cultura, por eso damos mucha importancia al aprendizaje de las lenguas locales, así como al conocimiento de sus costumbres”, (combonianos – historia: en Misioneros Combonianos en Colombia).

En ese sentir, la comunidad religiosa creó que los jóvenes de Colombia tienen mucho que ofrecer no solo al país sino al mundo entero y es por esto que además de promover las vocaciones a la vida misionera en su Instituto como Hermanos, Sacerdotes, Hermanas y Laicos, abren sus puertas a profesionales de distintas disciplinas para que desarrollen sus habilidades y competencias desde el sentido social y el desarrollo humano.

Siguiendo la inspiración misionera de Daniel Comboni, el equipo de trabajo avanza contracorriente para llevar la buena nueva a muchos pueblos. En el proceso, se da lugar a una formación que sensibiliza ante la realidad de un sinnúmero de familias en el mundo, víctimas de la guerra, la inequidad, la injusticia y el olvido de la solidaridad del hombre mismo, lo que proyecta a nivel profesional retos como: repensar la comunicación como gestora del cambio social, desde las nuevas prácticas de interacción y mediación digitales.

Organigrama con la ubicación del practicante



Descripción del área funcional desempeñada

Mi labor como practicante profesional hacía las veces de asistente de comunicaciones y las tareas desempeñadas se relacionaron en términos generales con la retroalimentación de las redes sociales desde la generación de contenido y la permanente actualización, la producción radial, la redacción de artículos para los distintos medios impresos, el cubrimiento de eventos y demás tareas a fines al oficio periodístico.

Específicamente, dentro de las actividades propuestas encontramos:

- ✓ *Community Manager*
- ✓ Comunicación para evangelización
- ✓ Producción de Radio y Televisión
- ✓ Locución y presentación del noticiero Sinfronteras para Tv
- ✓ Redacción de noticias, artículos, guiones y notas
- ✓ Corrección de estilo
- ✓ Cubrimiento Periodístico de eventos
- ✓ Transcripción de entrevistas
- ✓ Redacción de comunicados para conocimiento interno de la empresa
- ✓ Presentación de informes y/o realización de trámites

Redes sociales

- ✓ Fan Page: [Sinfronteras Radio y Tv](#)
- ✓ 1 Perfil - Facebook: [Sinfronteras Combonianos](#)
- ✓ 2 Perfil - Facebook: [Aguiluchos Combonianos Colombia](#)
- ✓ Cuenta de Twitter: [@sinfronteras_co](#)
- ✓ Correo electrónico: sinfronteras@combonianos.org.co

Datos del Director, Jefe inmediato y Equipo interdisciplinario con el que se interactuó

Hno. Bernardino Dias Frutuoso – Director de Sinfronteras Radio, Revista y Televisión

Yeny Báez – Periodista y *community manager* (jefe inmediato)

Carlos Cantor – Periodista y director de contenidos para prensa

Jairo Alberto García Riveros – Director de contenidos multimedia y productor radial

Jeins Óliver García – Diseñador gráfico y creador audiovisual

Hno. Tomek Braciszek – Creador de contenidos y locutor cooperante

Padre Antonio Arbor – Director espiritual de la comunidad comboniana

Hno. Marcos Binagi – Director general Misioneros Combonianos Colombia

CAPÍTULO 2

DESDE DÓNDE MIRAR: CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Mediaciones digitales

Al dar un vistazo alrededor es fácil detectar un abanico de fenómenos generalizados en la sociedad intervenidos por otro fenómeno al que se ha bautizado como revolución digital. Las últimas décadas dinamizadas con fuerza por los agigantados pasos de la tecnología han traído consigo facilidades, nuevos retos, comportamientos desconocidos y muchos interrogantes en la comprensión de todo lo que involucra y acarrea entender la comunicación del hoy y lanzar juicios sobre lo que podría significar mañana.

La comunicación en tanto compleja en su definición es rica en estudio y posibilidades de apreciarla y desde lo considerado por Carlos Scolari “proponerse a estas alturas dotar de un significado unívoco al concepto de comunicación no tiene sentido. Si pasamos revista a todas las definiciones elaboradas en los últimos cincuenta años podríamos tardar otro medio siglo en enumerarlas”, (Scolari, 2008, p. 24).

Desde esta perspectiva el autor argentino centra su reflexión en torno al conflicto que generan las teorías y modelos de comunicación planteados a lo largo de la historia cuando se trata de estudiar algún aspecto de ese magno y fascinante mundo llamado comunicación.

En sintonía con Scolari nos situaremos en la comunicación “entendida como un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde confluyen tecnologías, discursos y culturas – metáfora del ecosistema” (Scolari, 2008, p. 26). Trataremos de comprender las nuevas dinámicas del mundo actual, referentes a las mediaciones digitales y su eco en las nuevas formas de comunicación.

Precisamente, desde el acercamiento al amplio trabajo del académico en mención, se muestra cómo esas formas de comunicación nacidas a partir de la difusión de la *World Wide Web* o red mundial han generado distintas ideologías que contrastan en la ilustración de lo que significa la cibercultura y sus procesos.

Se procuró identificar los aspectos fundamentales de la comunicación digital interactiva desarrollados en los últimos años, aterrizados a un enfoque teórico que el investigador define como: ecosistema comunicativo digital.

Para entender mejor la comunicación digital interactiva Scolari realizó un recorrido por los planteamientos teóricos al respecto e identificó algunas características para las que planteó una arqueología semántica que “va desde las digitalizaciones, pasando por las hipertextualidades, reticularidades, interactividades, hasta las multimedialidades, convergencias y remedaciones” (Sierra, 2009, p.392).

Considerando estos conceptos, Scolari experto en medios digitales, interfaces y ecología de la comunicación ha propuesto desde su nutrida investigación, entender el saber y el hacer comunicacional desde los estudios sobre comunicación de masas y las nuevas maneras de comunicación.

El punto clave en el análisis de estos procesos evolutivos son las hipermediaciones, entendidas como “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008, p.113-114).

A partir de la anterior premisa, el autor refleja la urgencia de despertar del asombro de las nuevas herramientas ofrecidas por la tecnología, que en ocasiones hacen entrar a la sociedad en un estado de enajenación y pasividad que tranca los procesos creativos y las mismas dinámicas de comunicación. En cambio, la apuesta consiste en recuperar las hipermediaciones reivindicando el papel del receptor tradicional que se proyecta como interlocutor activo, dejando a un lado la visión del hombre como neto consumidor en función del mercado.

Entre tanto, Scolari se plantea la adopción de nuevos paradigmas teóricos que permitan entender la realidad de las comunicaciones digitales interactivas, distanciando los discursos teóricos de los excesos ciberculturales. En ese ámbito, más adelante se propone una mirada comunicacional “como un espacio de articulación de distintos dominios y perspectivas para abordar la complejidad sociocultural” (Scolari, 2008, p. 48).

La comunicación digital y los medios interactivos exigen hoy una serie de capacidades para el análisis del contexto y las necesidades del entorno local, regional y nacional, a partir de habilidades, destrezas y conocimientos que conlleven al desarrollo

de fundamentos, estrategias y material creativo acorde a las necesidades en los diferentes grupos de usuarios o comunidades, más virtuales que presenciales.

Ahora bien, respecto al hacer comunicacional, se exalta el papel de las nuevas lógicas productivas del mundo digital analizando desde el hipertexto y la multimedialidad el paso significativo de los medios tradicionales como nuevas figuras del consumo digital, que proponen “distinguir entre receptor, audiencia y usuario, para mejor comprender la construcción social del ciberusuario” (Scolari, 2008, p.98).

Respecto a las hipermediaciones, Scolari delibera sobre “las nuevas subjetividades espacio temporales que están generando las tecnologías digitales en un contexto de movilidad y pluriubicuidad” (Scolari, 2008, p.144). Desde esa reflexión Luis Ignacio Sierra, docente del Departamento de Comunicación Facultad de Comunicación y Lenguaje explica cómo las tecnologías digitales, no sólo transforman el mundo, sino que también inciden poderosamente en la comprensión y percepción que tienen los sujetos de ese mundo.

Según Scolari, “una teoría de las hipermediaciones, debe saber moverse en un terreno discursivamente pantanoso, consolidando una sólida red de interlocutores a partir de los cuales comenzar a construir su propio recorrido epistemológico” (Scolari, 2008, p. 144), meta en la que sucintamente se trabaja pero que es perseguida por nuevas formas de comunicación y avances digitales que aceleran a la par la búsqueda de definiciones e incitan a examinar las dinámicas resultantes.

Se debe anotar que las importantes transformaciones del presente siglo hacen pertinente una mirada distinta y con énfasis crítico de los fenómenos comunicacionales

y del entorno cibercultural en el que sigue primando la participación de innumerables y diversos actores.

En ese proceso de transformación social, considero también determinante la caracterización que hace Carlos Scolari respecto al impacto de la revolución digital en las teorías de la comunicación. Para ese propósito, el autor recurre a los análisis de un estudio sobre artículos publicados en las principales revistas de Estados Unidos.

De acuerdo a ese estudio, se exponen aspectos clave de los que deberían ocuparse las teorías de la comunicación hoy. Cito puntualmente las precisiones que sobre el particular extrae Scolari:

- Los medios tradicionales están sufriendo una transformación en una escala de forma y expresión que se puede resumir en el concepto de convergencia.
- El modelo clásico de los medios masivos (uno-a-muchos) es desplazado por las nuevas formas reticulares e interactivas de comunicación (muchos-a-muchos).
- Las conductas de los poderes económicos que controlan los medios llevan a un progresivo desentendimiento de las funciones sociales de los mismos.
- Las audiencias se están transformando de manera muy rápida.
- El lugar tradicional de consumo mediático, la familia, está sufriendo fuertes transformaciones que terminan por influir en los procesos de interpretación.
- La digitalización y la pervasividad de las redes están redefiniendo la vida hogareña. (Bryant y Miron (2004) como se citó en Scolari, 2008, p.55)

El panorama que nos ofrecen estos desafíos es complejo, como se dice coloquialmente hay mucha tela que cortar y yo le agregaría, hay también difíciles nudos por desarrendar y un sinnúmero de hilos que tejer, la pieza quizá no se terminó pero por lo menos hay que darle forma y ese es el objetivo de las teorías de la comunicación actualmente.

Adicional a lo descrito, otra arista por desdoblar es la interdisciplinariedad que rodea y circunda la comunicación y las ciencias sociales en general, desatando un ramillete de conceptos y una variedad de caminos por donde construir conocimiento y entender los nuevos fenómenos que hoy inquietan a los investigadores. Por lo que se refiere a la comunicación, Scolari siendo propositivo deja claro que encontrar un punto de común acuerdo seguramente nunca acontecerá pero que en esa búsqueda se esconde la verdadera riqueza de los estudios en comunicación.

Por otro lado y regresando sobre el concepto de la ecología mediática, hay que recalcar otra temática cargada de significación estudiada por Scolari: las narrativas transmedia, que cobran valor hoy en el mundo, pensadas por los actores de la comunicación desde la producción en términos transmediáticos.

El autor define desde dos puntos las narrativas transmedia, “por una parte se trata de un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas (...) pero las narrativas transmedia también se caracterizan por otro componente: una parte de los receptores no se limita a consumir el producto cultural, sino que se embarca en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales” (Scolari, 2014, p. 72),

este fenómeno sin duda despierta un mayor interés y empatía de los receptores que luego pasan a ser consumidores en potencia.

El autor explica además cómo estas narrativas abarcan los viejos y nuevos medios atravesando también los géneros, “hay narrativas transmedia en la ficción, en el periodismo, el documental o la publicidad. Los discursos políticos, científicos, religiosos o educativos no se quedan atrás y poco a poco comienzan a transmediatizarse” (Scolari, 2014, p.73)

De esta manera, todo lo expuesto en un acercamiento por reconocer y entender las dinámicas y esclarecer las complejidades de esta era digital suscitan una observación más cuidadosa de todos los fenómenos que ha traído consigo la tecnología: nuevas formas de comunicación, interactividad en potencia, nuevos roles en la sociedad, una cultura participativa desde nuevos escenarios, una industria mediática que cada día adquiere más fuerza y dispone todo su artificio para crear estrategias de impacto y gran alcance, que al final terminan siendo las nuevas tendencias digitales en el mundo.

Community manager

Un rol del momento es el de Gerente de Comunidades más conocido y estandarizado por su traducción en inglés como *community manager* (CM). Para introducirnos en este nuevo mundo es preciso entender primero quién es y qué hace este profesional, desde cuándo tomó auge su función y cuán significativo es su desempeño dentro una organización.

Según la Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales de Social Media (AERCO-SPM), «un *community manager* es aquella persona encargada/responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes».

Por su parte, José Antonio Gallego, fundador y presidente de la AERCO, describe al CM como el “profesional encargado de velar por la comunidad de seguidores de una marca y ser el nexo entre las necesidades de estos y las posibilidades de la empresa (Heras (2010) como se citó en Treviño M y Barranquero A, 2013, p.168)

Al aproximarse a un punto de origen de la figura del community manager hay que mencionar que años atrás, más exactamente a finales de los años noventa el nacimiento de la World Wide Web que impulsó la interacción a través de medios digitales, y posteriormente el paso de la web 1.0 a la web 2.0, se convirtieron en un hito para el fortalecimiento del nuevo rol gerencial. Aquí, la comunicación encontró un entorno favorable para dinamizar las relaciones sociales gracias a la generación de múltiples herramientas de participación en línea.

“Así, la comunidad usuaria evolucionaba hasta adoptar un carácter proactivo: se configura una dinámica moldeada por las 4c de la Web 2.0: compartir, comunicar, conversar y cooperar” (Treviño M y Barranquero A, 2013, p.168). Este entorno fue

adoptando nuevas estrategias para sumar miembros y ofrecer inmediatez, calidad y herramientas más atractivas al servicio de una nueva forma de comunicar.

Como se ha evidenciado, un aspecto clave en esta comprensión es la relación intrínseca del profesional en mención con la revolución digital y en ella la creciente demanda de medios interactivos, ese es su origen y razón de ser. Por su parte, internet es el medio que da vida a la conformación de redes sociales en la web y el CM tiene la decisión de elegir las plataformas para desarrollar a cabalidad esa misión.

A lo largo del tiempo el CM y sus funciones han sido abordadas por autores como Araceli Castelló Martínez (2010), Fernando Sabés Turno y José Juan Verón Lassa (2012), en general, los enfoques de sus investigaciones son de carácter organizacional o pensado solo desde fines corporativos, ahondando en las necesidades comunicacionales que demandan esos tipos de organizaciones.

En la misma línea la relación con el marketing y la publicidad presiden en buena medida el desempeño del nuevo perfil profesional, además de otras habilidades comunicativas ineludibles puestas en juego para acercar el público a la organización y viceversa, al respecto, José Antonio Ibáñez, director de marketing de Sinclair Studio expresa que “el CM es el fruto de la extensión del marketing al entorno online y que las redes sociales son una estrategia de marketing digital”.

Desde esa perspectiva, la principal cualidad de las funciones del CM es la efectividad para irrumpir en la audiencia, captar su atención, nutrir su fidelidad e implícitamente alcanzar metas de la compañía desde el reconocimiento de marca. No obstante, las funciones del CM pueden variar de acuerdo a los intereses y necesidades

de cada compañía, del público objetivo y las características de la plataforma utilizada para difundir la información.

En el estudio del perfil profesional del community manager se han reconocido algunas funciones puntuales, precisamente Territorio Creativo y AERCO establecieron cinco aspectos significativos:

- Escuchar
- Circular la información internamente
- Explicar la posición de la empresa a la comunidad
- Buscar líderes, tanto interna como externamente
- Encontrar vías de comunicación entre la comunidad y la empresa

El conjunto de funciones mencionadas es un itinerario que direcciona el actuar del CM proyectando un buen desempeño, acogida en todos los escenarios involucrados y finalmente resultados satisfactorios.

De otra parte, se entrevistó que “la fuerza de los medios de comunicación disminuye en internet en proporción a la capacidad de comunicación del usuario que, en ocasiones, se constituye como un medio de comunicación propio” según lo plantea Sergio Monge, experto en comunicación audiovisual y marketing. Esta apreciación tiene mucho sentido y al pasar de los días gana vigencia pues los seres humanos a la par con la vanguardia tecnológica y las posibilidades que brinda el mundo digital con

sus múltiples herramientas interactivas se han empoderado de la comunicación, llevando las relaciones públicas tradicionales a otro punto de encuentro: el contexto online.

Entre tanto, la llegada de nuevos usuarios al escenario online crea la necesidad de fomentar su permanencia y al tiempo consolidar lazos entre ellos. La conformación de comunidades virtuales también significa encontrar redes de apoyo para afianzar los objetivos de una organización y en este sentido la colaboración de la audiencia depende en gran parte el crecimiento de la comunidad y de la misma organización.

En otras palabras, el papel del CM resulta ser en definitiva el de intermediario, pero más que ser un lazo que potencialice las relaciones con un público objetivo de acuerdo a márgenes comerciales y fines de crecimiento, su responsabilidad es darle un sentido humano al nexo interactivo que se gesta entre ambas partes. En palabras de la experta Connie Bensen, el CM debe ser «los ojos de la organización» (Bensen (2008) como se citó en Treviño M y Barranquero A, 2013, p.172).

Así pues, en la tarea de entender el profesional moderno que nos ocupa, podría decirse con Gallego que el CM es aquella persona que preserva la identidad digital de la compañía. Hoy en día, empresas de todos los tamaños vienen descubriendo la necesidad de contar con un profesional encargado de gestionar su marca en internet, un profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado.

Como se ha venido dilucidando, hoy es más fácil establecer las competencias del CM, con el paso del tiempo las funciones han sido más claras teniendo como precedente su reciente auge, al término de pasar a ser una necesidad y ceñir el sendero para formalizarse como profesión. En la investigación realizada por Treviño y Barranquero, y que lleva por título - Community managers: presente y futuro de un perfil profesional emergente en la dimensión 2.0. Su influencia en la rentabilidad reputacional online-, se destacan también otras competencias relacionadas con las habilidades sociales del CM:

- Capacidad de comunicación, escucha, empatía
- Capacidad de aprendizaje
- Pasión, paciencia, honestidad, colaboración

Por último, respecto a la función del periodista como community manager me parece pertinente citar el siguiente apartado:

“Todos los periodistas tienen que adquirir capacidades de redes sociales. Es como si me dices que no saben hablar por teléfono y entonces tienes que tener a un señor que esté en la centralita y que pone al teléfono a todo el mundo. O sea, al final, los periodistas tendrán que saber ponerse al teléfono ellos. Eso significa que no hay necesidad de tantos CM porque se trata de que haya periodistas en la redacción que sean los únicos que conversan con el público” (Lloret, 2012:108-109).

La anterior apreciación despeja ciertas dudas sobre el camino profesional del CM que por lo general tiene formación en algún área de las ciencias de la comunicación y en su quehacer adquiere mayores destrezas en términos digitales de acuerdo a la demanda de estos tiempos, sin embargo en cuestión de especialización como CM, el autoaprendizaje ha sido el motor de aceleración para adquirir habilidades de experto en la materia ya que la academia aún se queda corta en esta oferta, es más fácil encontrar herramientas en la educación informal que a diario reproducen cursos y material interactivo para asumir los nuevos roles de la sociedad y marcar la pauta en las tendencias venideras que sobre la marcha se van comprendiendo.

Lo cierto es que el perfil del community manager viene en constante crecimiento, su demanda cada vez es más común y la relación con el término se familiariza con la población rápidamente. En cuanto al contenido que rodea a un CM, el panorama refleja un creciente interés ya que su estudio abarca múltiples escenarios despertando discusiones metodológicas y conceptuales sobre su ser, su hacer y el saber que requiere para administrar adecuadamente funciones diferenciadas que apuntan a un mismo fin estratégico.

Por consiguiente, darse a la tarea de gestionar comunidades online y ser punto intermedio entre emisores e interlocutores requiere gran habilidad tanto técnica como social. Mientras existan redes interactivas el CM tendrá vida y continuará colocando aptitudes personales y profesionales al servicio de las relaciones de virtualidad. La figura de este moderno profesional gana terreno al pasar de los días y se va consolidando en un perfil indispensable a nivel institucional con ventajas fuertes hacia la formalización.

Comunicación para el cambio social

El mundo día tras día abre nuevos retos a la humanidad desde todos los puntos cardinales y en todos los campos de acción que se puedan percibir, si bien, cada disciplina centra su objetivo en los asuntos que le atañen, el desafío de estos tiempos mediado por los apresurados avances en la tecnología que al tiempo favorecen múltiples escenarios de participación, debería apuntar a la generación de un cambio social que se preocupe más por las realidades del contexto, generalmente problemático y con todo tipo de rupturas.

A partir de esta idea, la comunicación juega un papel trascendental como gestora de interacciones y medio de transformación, desde el manejo y el análisis de la información, la interpretación de los fenómenos sociales, la reflexión permanente y el liderazgo en la pluralidad.

Desde esta perspectiva la comunicación necesita visualizarse como posibilitadora de una “cultura del encuentro” que genere relaciones entre los individuos de la sociedad y disponga herramientas para dar continuidad al fortalecimiento de los lazos creados a fin de construir de manera colectiva procesos de transformación.

En ese sentido y para ilustrar mejor este juicio recurriré a la siguiente aseercción expresa en los criterios del programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Minuto de Dios,

“la relación dialéctica entre el individuo y el entorno construye y aumenta la transformación mutua, y desarrolla a su vez, las capacidades del actor de la

comunicación de manera histórica y selectiva, permitiendo el intercambio y traslación hereditaria de las virtudes comunicativas” (Rocha, 2009, P.31).

Así, la acción comunicativa como un proceso de intercambio entre interlocutores, es un vehículo de transmisión que permite entender a los otros y entender nuestra propia identidad. En ese proceso las facilidades que nos brinda el mundo moderno para interactuar con otros ya son ganancia,

“hoy vivimos en un mundo que se va haciendo cada vez más «pequeño»; por lo tanto, parece que debería ser más fácil estar cerca los unos de los otros. El desarrollo de los transportes y de las tecnologías de la comunicación nos acerca, conectándonos mejor, y la globalización nos hace interdependientes. Sin embargo, en la humanidad aún quedan divisiones, a veces muy marcadas”. (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.1).

Las palabras del máximo jerarca de la iglesia católica nos revelan un paradigma, por un lado, encontramos las ventajas del mundo digital como facilitador de interacciones y por otro el efecto contraproducente del afán mediático como velo que oculta la sensibilidad humana.

Precisamente la comunicación tiene el objetivo de prevenir o intervenir como es el caso en cuestión, de forma que la esencia comunicacional no se pierda si no que más bien abone a la sana interacción y en ella a la transformación social y el desarrollo humano. En ese sentido, el programa de Comunicación Social – Periodismo de Uniminuto coincide en dicho fin, en tanto piensa la comunicación como “un fenómeno social, de características históricas, en desarrollo biológico permanente, selectivo, en

tanto profundamente humano, que construye y determina la relación de juego y acción de los individuos de una sociedad al tiempo que fortifica sus interacciones” (Rocha, 2009, p.33).

Baste explorar un poco la comunicación desde el punto de vista selectivo que nos abre también la discusión sobre la idoneidad y la ética a la hora de comunicar, es bueno preguntarse constantemente si sabemos comunicar, al respecto el Papa Francisco expresa: “comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros”. (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.2).

Si nos paramos desde el poder de la comunicación es claro que se puede hacer uso de ella para bien o para mal, se pueden imponer distintas formas de pensar y sentir, influenciando el discurso colectivo y dando como resultado una construcción de la conciencia de los ciudadanos y una construcción social de la realidad como decían Berger y Luckman, aquí es importante distinguir entonces de qué lado se rema para movilizar la sociedad hacia un cambio social acertado y eficaz.

En esa lógica, el cambio social como fruto de la comunicación y respuesta a las variables y retos que despierta el mundo día a día, propone edificar conjuntamente nuestro entorno con actitudes de justicia, bondad e inclusión. También desde la generación de relaciones fraternas y una profunda sensibilidad ante los contextos que circundan el diario vivir.

La espiritualidad por su parte enseña y recuerda la importancia de no perder la sensibilidad humana aprovechando los medios de comunicación para trabajar en esa tarea y específicamente destaca la internet en la medida que ofrece mayores posibilidades de encuentro y solidaridad.

“El mundo de la comunicación puede ayudarnos a crecer o, por el contrario, a desorientarnos. El deseo de conexión digital puede terminar por aislarnos de nuestro prójimo, de las personas que tenemos al lado. Sin olvidar que quienes no acceden a estos medios de comunicación social –por tantos motivos–, corren el riesgo de quedar excluidos” (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.3).

Entre tanto, en la búsqueda de un significado idóneo para “comunicación”, la iglesia sustenta en el evangelio su concepción, fundada en la cultura del encuentro. Desde esa mirada el Papa Francisco nos explica iniciando con la pregunta que hizo un escriba a Jesús: « ¿Quién es mi prójimo? » (Lc 10,29).

“La pregunta nos ayuda a entender la comunicación en términos de proximidad. Podríamos traducirla así: ¿cómo se manifiesta la «proximidad» en el uso de los medios de comunicación y en el nuevo ambiente creado por la tecnología digital? Descubro una respuesta en la parábola del buen samaritano, que es también una parábola del comunicador. En efecto, quien comunica se hace prójimo, cercano (...) Comunicar significa, por tanto, tomar conciencia de que somos humanos, hijos de Dios. Me gusta definir este poder de la comunicación como «proximidad».” (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.5).

Asumiendo la comunicación desde la proximidad, encontramos propicio señalar el trabajo en pro del desarrollo humano y el cambio social como una búsqueda de mejoras en las condiciones de vida. Semejante a ese proyecto, la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Uniminuto concibe la comunicación como un proceso de sentido humanístico e investigativo que conlleve a participar activamente en el desarrollo pleno de las personas y del conjunto social. (Rocha, 2009, p.19).

En la misma línea existe un factor común entre el enfoque del programa de Comunicación Social- Periodismo y el enfoque del grupo de medios Sinfronteras, organización donde llevé a cabo la práctica profesional, al ser ambos coherentes con el carácter social y el sentido de unidad de la familia humana en miras de impulsar el compromiso serio por una vida más digna para todos.

Encontramos que el diseño curricular del programa sustenta el análisis de la comunicación basada en un compromiso, que facilite el intercambio y las interacciones dentro de la proyección y el desarrollo. En lo que respecta a Sinfronteras, la comunicación dispuesta como un canal al servicio de la evangelización cumple la misión de sembrar buenos valores e incentivar interacciones entorno a la transformación individual como mejores personas y colectiva como agentes comprometidos en el desarrollo sostenible y el fortalecimiento del tejido social.

En esa lógica, la iglesia advierte sobre la necesidad de comunicar esperanza y confianza en estos tiempos, así lo expresó el Papá Francisco en la versión número 51 de la Jornada de las Comunicaciones 2017; “quisiera exhortar a todos a una comunicación constructiva que, rechazando los prejuicios contra los demás, fomente

una cultura del encuentro que ayude a mirar la realidad con auténtica confianza (...) quisiera contribuir a la búsqueda de un estilo comunicativo abierto y creativo, que no dé todo el protagonismo al mal, sino que trate de mostrar las posibles soluciones”(Papa Francisco, 24 de enero de 2017. Párr.4)

Si hablamos de soluciones que es lo que verdaderamente transforma y no el hecho de pasmarse dándole demasiada importancia a los problemas, se han evidenciado a lo largo de esta comprensión varios pincelazos sobre el papel protagónico de la comunicación para el cambio social, sin embargo para ahondar en la premisa necesariamente hay que recurrir a referentes como Alfonso Gumucio Dagron, especialista en comunicación para el desarrollo, quien nos ofrece un importante bagaje sobre el particular.

Gumucio desde 1997 participa en la iniciativa “Comunicación para el Cambio Social” de la Fundación Rockefeller en New York, de allí se recogen diversas vivencias, específicamente se estudian 50 historias de casos con enfoque participativo como modelo de experiencias de comunicación para el cambio social y que fueron luego cotejadas en un destacado informe que lleva por título “Haciendo olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social”.

Este libro resultado de las reuniones de especialistas de la comunicación convocados para reflexionar sobre la comunicación para el cambio social en estos tiempos, “llevaron al grupo a reconocer que en muchos países en desarrollo pueden encontrarse procesos ejemplares de comunicación para el cambio social en experiencias comunitarias de diversa naturaleza”. (Gumucio, 2001, p.4).

Sin embargo, el autor boliviano aclara sobre el papel de la comunicación en los cambios sociales que, siendo una respuesta a los retos del milenio, aún se conoce poco sobre las experiencias concretas y los proyectos donde la comunicación ha sido un factor decisivo, pero que las experiencias encontradas son tan diversas como los ámbitos culturales y geográficos donde se desarrollan.

En su análisis, Gumucio advierte acerca de una falencia generalizada en América Latina referente al mínimo terreno dedicado a la comunicación para el desarrollo en la academia y si lo hay, su enfoque ha estado ligado a cuestiones más económicas que sociales. En contravía el autor brinda una serie de elementos encauzados desde la comunicación participativa en relación con la capacidad de involucrar sujetos humanos del cambio social en el proceso de comunicar.

De acuerdo a tal orientación, la comunicación debe darse en términos de “horizontalidad” otorgando libertad al pueblo para que sea un actor dinámico con participación activa en el cambio social y asuma el liderazgo en el “proceso” a través del dialogo y las herramientas democráticas. Es clave que este paso se conciba a “largo plazo” dando tiempo para que la comunidad se apropie debidamente de él y trabaje de “forma colectiva” evitando monopolios y beneficiando en cambio, la integralidad y la descentralización.

Adicionalmente, el ideal de la comunicación participativa es trabajar “con” la comunidad en un escenario abierto donde se hagan partícipes todos sus miembros en la planeación, la ejecución y la verificación de los resultados, se busca no hacer para la comunidad sino hacer con la comunidad y en sintonía con ellos adaptar los procesos a

su identidad y sus costumbres , se trata de que el contenido a implementar, el lenguaje, la cultura y los medios estén acorde a su cotidianidad, es decir que el proceso debe ser “específico” y acondicionado para cada contexto según las “necesidades del pueblo” y no las obligaciones de los financiadores.

Otro componente reconocido por Gumucio tiene que ver con la adopción de procesos de comunicación apropiados por el pueblo en lugar de un acceso condicionado por distintos factores, se hace necesaria la “apropiación” del proceso por parte de la comunidad de manera que conlleve correctamente a una “concientización” de la realidad social, sus problemas y soluciones, en vez de recurrir a mecanismos de persuasión que solo tienen vigencia en el tiempo mientras se repiten. (Gumucio, 2001, p.38-39).

Así, las anteriores características distintivas de la comunicación participativa y lejos de otras estrategias de comunicación para el desarrollo son una guía con la que el autor invita a aventurarse en procesos de cambio social movidos por la esperanza que ofrece el futuro de la comunicación y la participación a partir de acciones colectivas fundadas en iniciativas comunitarias.

Y sin dejar de apreciar los nutridos aportes que nos regala la iglesia católica, cito nuevamente al Santo Padre con la invitación que dirigió en el mensaje para la jornada mundial de las comunicaciones sociales 2017,

“invito a todos a ofrecer a los hombres y a las mujeres de nuestro tiempo narraciones marcadas por la lógica de la «buena noticia» (...) cada nuevo drama que sucede en la historia del mundo se convierte también en el escenario para una posible

buena noticia, desde el momento en que el amor logra encontrar siempre el camino de la proximidad y suscita corazones capaces de conmoverse, rostros capaces de no desmoronarse, manos listas para construir” (Papa Francisco 24 de enero de 2017. Párr.7).

Hay mucho que decir sobre el poder de la comunicación para construir cambios sociales, pero más allá de palabras que cuestionen lo válido son las acciones. Unir el poder de la comunicación con el potencial del saber humano y el poder del servicio en comunión con la iglesia, servicio que particularmente pregona y dirige las riendas de la misión de Uniminuto, es un conjunto lleno de capacidades que puede contribuir en gran medida a rescatar del anonimato a los invisibles haciéndolos actores de su propia transformación y en ella a la del entorno.

La comunicación para el cambio social es posible, ya Gumucio dio claros ejemplos al respecto además de los múltiples procesos que como él decía, no se conocen aún, y los que ahora se están gestando. A manera de conclusión se podría decir que el quehacer comunicacional debe ser permanentemente activo, crítico, honesto, creativo y sensible, pero en especial abierto a la escucha y líder en la de construcción de procesos de cambio social que creen conciencia en la sociedad sobre su rol como ciudadanos de derechos y deberes, y como actores centrales de la transformación personal y colectiva.

Práctica profesional

Dentro de las políticas institucionales de la Universidad Minuto de Dios (Uniminuto) y en el marco general de los distintos programas académicos, una de las líneas trascendentales en la formación de los aprendices es la relacionada con el componente profesional complementario (CPC), que comprende el último periodo de formación.

Este componente, está dedicado a la fundamentación teórico practica por elección del estudiante y es entendida como “el proceso por el cual los estudiantes accederán al conocimiento, a la comprensión y sistematización de su práctica profesional” (Ibid, P.14)

De acuerdo al proyecto curricular académico del programa de Comunicación Social- Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, se plantearon dos objetivos centrales como direccionamiento del componente profesional complementario:

-Ofrecer al estudiante la oportunidad para desarrollar las competencias específicas dentro de la teoría y la práctica que le permitan complementar su formación profesional en campos de elección propia y coherente a su área profesional.

-Establecer un vínculo entre el proyecto de formación y el campo ocupacional y profesional del egresado, con el propósito de cualificar su formación académica como la de los diversos actores en su vínculo laboral, para abordar las diferentes problemáticas de la profesión. (Rocha, 2009, P.55).

En este aspecto, la fundamentación teórico - práctica es elemental en la configuración de un perfil profesional integral, para no ir tan lejos recurro a un refrán popular que reza “la práctica hace al maestro” y es allí donde la pasantía encuentra sentido. La razón de ser del hacer como camino para perfeccionar el saber es una escuela única para demostrarse así mismo que se pueden forjar capacidades y explotar el talento individual abonando el terreno para construir colectivamente junto a otros talentos.

En el proceso de formación profesional, es necesario que la teoría y la práctica vayan a la par en un ejercicio de reflexión continua que permita contrastar los contextos, reconocer las dinámicas inherentes en el ejercicio práctico y apreciar conceptualmente las experiencias en una comprensión holística de la profesión tanto interna (universidad) como externamente (campo laboral).

Acorde con el modelo educativo de Uniminuto soportado en la praxeología, el desarrollo de la práctica profesional es una construcción de saberes en distintas dimensiones del ser humano.

Por su parte dentro de los criterios curriculares del programa de Comunicación Social - Periodismo se opera sobre dos líneas, una académica y otra de acción, en apertura a un aprendizaje completo que le brinde herramientas al estudiante para entender el contexto en el que se desenvuelve y construir sentidos a partir de sus reflexiones.

En consonancia con lo anterior el padre Carlos Juliao explica,

“desde la praxis y la práctica, se pueden construir saberes; se puede extraer la estructura de una experiencia considerada interesante y pertinente, en función de cierto número de objetivos que en ella se fijó, o de un cierto número de resultados esperados; de ella se puede extraer lo esencial y eso esencial puede ser transferido en un proceso netamente educativo. Eso esencial es la racionalidad interna de la praxis, ya sea que haya sido bien controlada por los actores mismos o que haya sido empírica y espontánea” (Juliao, 2007, p.41).

Esta apreciación sustenta el propósito de la práctica profesional definida por el programa como:

“la actividad complementaria a su formación a través de su vinculación a una organización, para realizar una labor específica en el área disciplinar de la carrera que adelanta, con el fin de demostrar su idoneidad para desempeñar la profesión y aplicar los conocimientos adquiridos en el transcurso de su profesión” (Ibid como se citó en Rocha, 2009, P.56).

Desde ese concepto, para ilustrar mejor las actividades académicas del componente profesional complementario, el programa ha propuesto cuatro líneas de acción para el desarrollo de la práctica profesional:

-Investigación formativa y aplicada

-Emprendimiento social

-Emprendimiento empresarial

-Docencia

Es necesario resaltar que se considera indispensable desde cualquier elección, desarrollar una serie de competencias directamente proporcionales a las características del plan de estudios trazado (proyecto curricular académico del programa de Comunicación Social- Periodismo). Ubicándose en ese planteamiento, una de las competencias requeridas se fundamenta en el análisis y la interpretación de los fenómenos necesarios para la resolución de problemas a la luz de los conocimientos adquiridos.

Adicionalmente, el profesional debe desarrollar habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar la información y transformarla en conocimiento al interior de su práctica. De esta manera, la pasantía se proyecta como un proceso de aprendizaje enriquecedor que fortalece las destrezas del practicante y construye sentidos a fin de dinamizar el saber hacer.

En resumen, la práctica profesional es una de las estrategias de la proyección social de todo el sistema Uniminuto, la cual se concibe como una actividad pedagógica complementaria a la formación del estudiante en su área disciplinar, y que adquiere su relevancia a partir de la relación permanente entre la universidad, la sociedad y el mundo laboral (Uniminuto 2014, p. 1).

CAPÍTULO 3

RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Descripción y caracterización de las etapas de la práctica profesional

Situación inicial

¿Qué había, cómo encontré los medios?

Luego de recibir la aceptación de la solicitud para realizar la práctica profesional y concluida la formalidad y los trámites legales del contrato de aprendizaje, me indicaron la fecha de inicio de labores: lunes 5 de agosto de 2014. Ese día llegué con anticipación a la hora de ingreso 9:00 am, con el ánimo arriba y los nervios que se sienten ante una nueva experiencia.

El primer impacto fue determinante pues intuía un excelente ambiente laboral. vino la presentación con el equipo de trabajo que me acompañaría a lo largo del semestre, se dió desde la cordialidad y la acogida. Pude sentir la apertura y el espíritu colaborativo de los integrantes en la oficina de prensa sin la menor actitud de arrogancia o recelo.

Las impresiones en cuanto a las competencias laborales que exigía la organización me hicieron sentir familiarizada y la mayor emoción vino por parte de los contenidos desarrollados, todos ellos con énfasis social y orientación espiritual, evidenciando las luchas de comunidades en Colombia y el mundo que viven en el anonimato, cuya riqueza cultural y calidez humana son un tesoro por explorar, reconocer y apreciar.

Concretamente en el paso de las primeras semanas fui identificando características de la organización que me permitieron hacer un balance de los logros y necesidades hasta entonces en cada medio comunicativo:

Medios impresos

Sinfronteras tenía medianamente fortalecida la circulación mensual de las revistas: Misionera Infantil Juvenil, “Aguiluchos” y Misionera Católica, “Iglesia Sinfronteras” a nivel nacional, incluso en zonas muy apartadas del territorio, selva adentro en la región del Pacífico y de la Amazonía donde los Combonianos hacían misión permanentemente. No obstante, en este aspecto se necesitaban propuestas atractivas que incrementaran el cumplimiento de metas de suscripción.

Se trabajaba en la versión digital de las revistas acorde con las herramientas que ofrecía la tecnología con aplicaciones de software (App) y herramientas como Calameo que brinda la posibilidad de crear, alojar y compartir publicaciones interactivas, permitiendo leer documentos como si se tratase de un libro virtual. Estas innovaciones no representaban recursos directos, pero sí una oportunidad para dar a conocer la obra misionera, despertar el interés de los receptores, teniendo como precedente que es una organización sin fines lucrativos y que la totalidad los recursos que entran por concepto de ventas de las revistas, de los libros de la congregación y las donaciones de los fieles, se reinvierten en la obra misionera.

En cuanto a los contenidos de las revistas, no se exigían transformaciones inmediatas o inclusión de secciones e información distintas al carácter misional de la congregación, cuyo principal fin es dar a conocer el trabajo realizado por los misioneros combonianos

alrededor del mundo, ilustrar sus experiencias y sacar a la luz un poco de la realidad de muchas zonas olvidadas y dolientes que ven en el acompañamiento de los misioneros una esperanza ante la violencia, la exclusión, la opresión, el hambre y tantas otras necesidades, desde las más básicas para la supervivencia del ser humano.

Puntualmente en Colombia, Sinfronteras procura presentar información detallada sobre la situación de América Latina en general, estadísticas y datos sobre la población de la región, la realidad económica, los indicadores sociales y los contextos políticos que configuran el continente.

También, se muestra con detalle el análisis de la situación actual de la Iglesia Católica en la región, el papel determinante que ésta juega en el mundo, así como el desarrollo de su misión evangelizadora entre los pueblos suramericanos, dedicando varias páginas a las fiestas de la iglesia, el trabajo de las diócesis, la doctrina religiosa y el seguimiento del Papa. Por ende, las noticias del vaticano y de las organizaciones tanto religiosas como no gubernamentales son la primera fuente de información.

Cabe resaltar que alrededor del 60% de los contenidos de las revistas es internacional y generalmente, materia prima de los combonianos desde los diferentes lugares donde hacen misión con las más diversas comunidades.

Dichos contenidos se publican aleatoriamente en todas o algunas de las revistas de los combonianos en el mundo, es decir que a la par y libremente se revelan secciones completas o ciertos artículos en ediciones extranjeras. Claro está, con los ajustes que implica su circulación en cada país y procurando despertar el interés de todo el

conjunto social por los innumerables escenarios complejos que afrontan hombres, mujeres y niños a lo largo y ancho de la tierra.

Revistas combonianas

Além-mar (Portugal): www.alem-mar.org

Iglesia Sinfronteras (Colombia): www.iglesiasinfronteras.org

Esquila Misional (México): www.esquilamisional.org

Mundo Negro (España): www.mundonegro.com

New People (Kenia): www.newpeoplemedia.com

Nigrizia (Italia): www.nigrizia.it

Word Mission (Filipinas): www.worldmission.ph

Afriquespoir (Congo): www.afriquespoir.com

De este modo, parte de las problemáticas y conflictos del mundo algunos conocidos y otros invisibles o que se ocultan con intereses de por medio, salen a la luz esquivamente en medios de comunicación como Sinfronteras, temas tratados cuidadosamente sin inmiscuirse en política y sin ningún otro interés que velar por el respeto de los derechos humanos denunciando los atropellos contra la población vulnerable y condenada a vivir en condiciones indignas.

Medios audiovisuales

Radio: la congregación comboniana da vida a una emisora on-line (Sinfronteras Radio) de identidad católica y carácter misional, con una programación variada las 24 horas del día y los 7 días de la semana. En el año 2014 había programas mayormente

aianzados como: “El Artista de la Semana”, “Jóvenes Sinfronteras”, “Suramericandina”, “María la Virgen Misionera”, “Palenque” “Los Consejos del Abuelo”, entre otros que trataban temas de familia: “Palabra y vida” y “Testigos de la esperanza”, y finalmente la sección informativa: “Magazine Sinfronteras”.

Sinfronteras TV: en materia de televisión se estaban concibiendo ideas para desarrollar a futuro productos audiovisuales con entrevistas a artistas católicos o a expertos en doctrina de la iglesia, temas de familia y temas sociales, dando prioridad por supuesto a las experiencias de misión en diversos lugares del mundo.

Sitio web

En el entorno digital, la página web de Sinfronteras: <http://iglesiasinfronteras.org> presentaba información actualizada de forma constante, sección de noticias diariamente desplegada, opción para escuchar radio en vivo, datos de contacto completos, espacios de interacción con los usuarios, enlaces a redes sociales, documentación histórica y otros links de interés sobre la organización.

Redes sociales

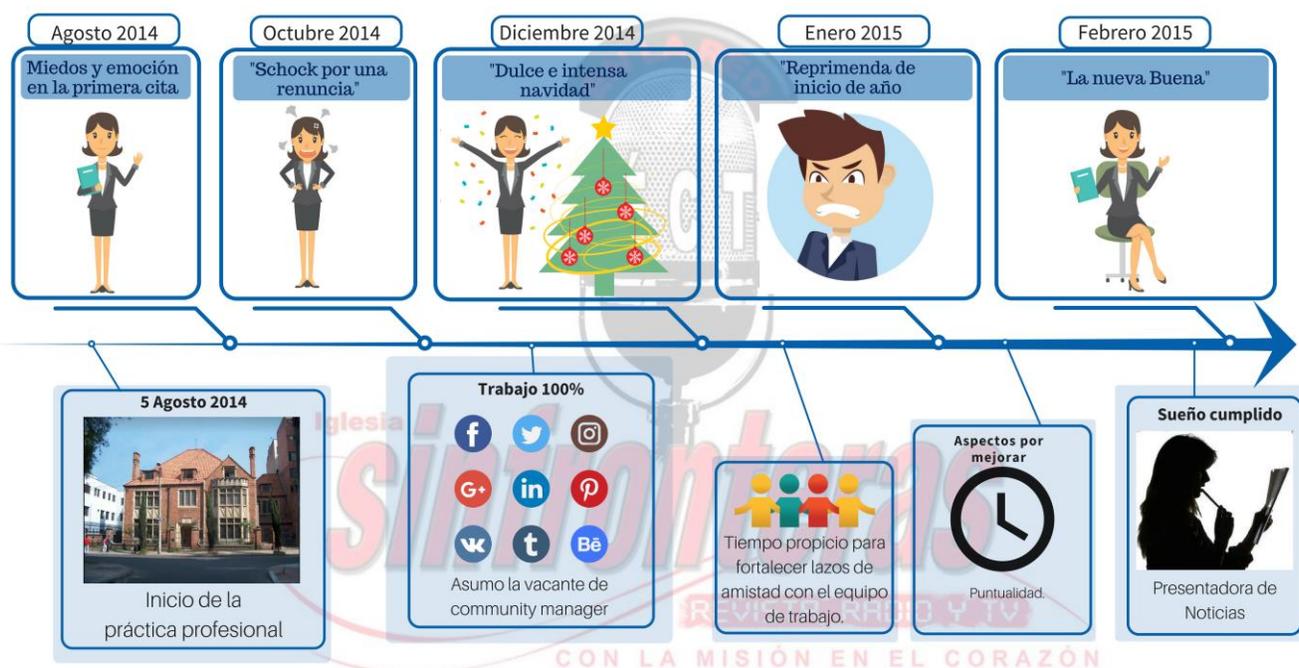
Al inicio del contrato de aprendizaje en agosto de 2014, Sinfronteras tenía perfil en las redes sociales a la vanguardia del momento con retroalimentación no tan frecuente. A mi juicio las publicaciones no eran demasiado atractivas para cautivar seguidores, podría decirse que había algo de monotonía.

Las cuentas existentes: Fan Page: Sinfronteras Radio y Tv, en Facebook: Sinfronteras Combonianos y Aguiluchos Combonianos Colombia, en Twitter: @sinfronteras_co y el correo electrónico: sinfronteras@combonianos.org.co.

Para escuchar la emisora virtual católica: Sinfronteras Radio, además de la página web, se podía oír a través de <http://mccjc.radio.rising-planet.pt/index.php> o <http://tunein.com/radio/Sinfronteras-radio-s158366>.

LINEA DE TIEMPO

A continuación, se describen los momentos más significativos de la experiencia de la práctica profesional:



Momentos más significativos de la experiencia profesional

Agosto/2014

“Miedos y emociones de la primera cita”

Mis primeras impresiones una vez iniciada la práctica profesional en “Sinfronteras”, tuvieron que ver, en menor medida, con el temor que genera enfrentarse a algo nuevo, aunque existía un acercamiento anterior y decidida emprendía con toda la actitud la práctica, no dejaba de sentir nervios por lo que vendría o sería realmente asumir o desempeñarse tiempo completo en su profesión.

Ciertamente se es consciente de que además del gusto y la pasión por la profesión que se eligió, se dedicó tiempo a la preparación en la universidad y al autoaprendizaje con el objetivo de realizarse como persona y salir a competir en el complejo mundo laboral, no obstante, cada quien conoce sus falencias o puntos por mejorar y la incertidumbre ante las responsabilidades que se asignaran a veces deja salir a flote inseguridades.

En ocasiones la mirada sobre la práctica profesional se desvía un poco de su verdadero propósito en tanto contrato de “aprendizaje”, es decir si bien se ponen a prueba habilidades, competencias y destrezas, el ideal del proceso es formarse y en el hacer, corregir, instruirse, construir y proponer direccionados al saber hacer.

En ese orden de ideas, luego de hacer el reconocimiento a profundidad de las áreas de trabajo, sus objetivos, la misión y visión de la organización, los ejes de planeación, el enfoque periodístico, los logros alcanzados, las actividades pendientes, las rutas de acción, la estructura de los programas para el caso de radio y la articulación de

contenido en el caso de las revistas, los miedos se fueron disipando y el panorama del medio se hacía cada vez más próximo.

Lo anterior da a entender la importancia de conocer perfectamente la organización y su funcionamiento, saber dónde se está parado y visibilizar el horizonte que se dibuja es indispensable para enfrentar un nuevo reto y dejar de lado el inexacto sentido de ubicación con sus dudas e inseguridades.

Así entonces, este primer momento que califico como unos de los más significativos se convirtió en la primera prueba superada con éxito, al tiempo que las funciones se iban asignando paulatinamente con explicaciones concretas y un equipo de trabajo ateto a responder interrogantes y direccionar el proceso con espíritu colaborativo.

Octubre/2014

“Shock por una renuncia”

Como segundo hito durante la práctica profesional en Sinfronteras, la renuncia inesperada e irrevocable de mi jefe inmediata, la periodista y community manager Yeny Baéz, generó un fuerte choque emocional en todo el equipo de trabajo. Aparte de ser una noticia sorprendente y que cayó como balde de agua fría a los compañeros que llevaban más tiempo compartiendo con ella, la partida en consecuencia implicaba que sus tareas fuesen delegadas a quienes estábamos en la oficina de comunicaciones.

Las decisiones no tardaron y entre ellas se notificó que la mayoría de funciones de la periodista saliente quedaban a mi cargo. Una vez las obligaciones aumentaron se hizo necesario replantear la organización de las distintas actividades asignadas para cumplir

a cabalidad con todo. La intensidad de trabajo se duplicó y el hecho de cubrir a una periodista de gran trayectoria y larga formación era verdaderamente significativo y retador.

Como primera medida ante el nuevo compromiso tuve que empaparme, como se dice coloquialmente, del trabajo que realizaba la anterior profesional observando, investigando, leyendo mucho y escudriñando en algunos casos el material existente o el historial de tareas ejecutadas, a razón de que el empalme fue prácticamente nulo debido al escaso tiempo destinado a ello.

Uno de los temas que despertó mayor interés fue el rol de community manager, su perfil, sus funciones, su impacto e importancia hoy. Mi cercanía con la comunicación digital y concretamente con el papel del community manager era deficiente, conocía rasgos generales y había ejecutado algunas tareas propias del perfil pero al indagar al respecto encontré un abanico de características y aptitudes de este profesional que no había explorado.

Dichas circunstancias impulsaron el descubrimiento de una faceta que en su ejercicio demandaba otros requerimientos, en ese proceso se fueron puliendo habilidades y se fue concibiendo un inexcusable amor por las mediaciones digitales.

Entre tanto la ausencia de la única mujer en el área de comunicaciones bajo un poco el ánimo en mi aspecto personal, en principio por la buena relación que se venía gestando y el clima de confianza a la hora de resolver inquietudes profesionales. También por la amistad de colegas que me permitió escuchar sus consejos como

periodista de destacada trayectoria en el trabajo con organizaciones sociales y bagaje en materia informativa y de investigación.

Diciembre/2014

“Dulce e intensa Navidad”

Navidad es para la iglesia católica una de las fiestas más importantes ya que conmemora el acontecimiento central de su fe: La Natividad del hijo de Dios y salvador del mundo. Esta época es especialmente propicia para anunciar con mayor fuerza el evangelio y con él sembrar la revolución del amor y la unidad de los hombres para construir la paz y vivir en armonía.

El mensaje del reino de Dios busca ser llevado a más corazones y ese es el motor de los misioneros combonianos y por supuesto del grupo de medios Sinfronteras. En ese sentir, todo el trabajo de la organización apunta a desarrollar contenidos espirituales para la familia, que acorde a dicho propósito de amor, les mueva a vivir “con la misión en el corazón” tal como lo expresa su lema.

A nivel laboral estas fechas son intensas porque significan un mayor compromiso y una entrega incondicional a la obra evangelizadora de los misioneros, ello implica colocar sobre la mesa toda la creatividad, el talento y las ganas para enamorar a los oyentes, televidentes lectores y demás receptores, enamorarlos de Dios en primer lugar y claramente de la obra comboniana con miras a vencer la letal indiferencia y apostarle a la transformación del mundo.

Específicamente las tareas en la oficina de comunicaciones giraban en torno a la creación de contenidos gráficos, visuales y auditivos atrayentes para los receptores y seguidores del medio. Dentro de las funciones como community manager, el diseño de banners, tarjetas así como otra serie de imágenes para la actualización permanente de las redes sociales, la retroalimentación de la página web y la invitación constante a escuchar Sinfronteras Radio, exigía productividad al máximo.

Teniendo en cuenta que mi labor no solo estaba orientada a las funciones de community manager, sino a la grabación de al menos 3 programas de radio diarios, entre ellos una serie especial de Navidad dirigida a la familia que me hace sentir orgullo y la redacción eventual de secciones para las revistas junto a la coordinación de asuntos organizacionales, representó largas jornadas y situaciones de trabajo bajo presión que se superaron con calma en una adecuada administración del tiempo.

El voltaje de esos días con todo lo que conlleva cumplir las tareas con rapidez, y entregar productos finales en mayor cantidad y con la mejor calidad, en ciertos momentos generaba frustración y más que eso insatisfacción por no poder atender efectivamente todos los frentes y llevar a feliz término todo lo planeado.

En ocasiones luego de esperar que lo ejecutado tuviese el visto bueno o que el trabajo se hubiese desarrollado de manera correcta y llenara las expectativas del director y los requerimientos del medio, resultaban contradictorias las opiniones pues las exigencias de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo son diferentes y la apreciación de cada quien es única, pero al final la suma del desempeño reflejó alegría por el trabajo realizado en todos los medios.

Cabe resaltar, que la celebración de la novena como preparación a la Navidad y seguidamente la bienvenida al año nuevo son momentos especiales. Trabajar en un ambiente movido por la evangelización de todos los pueblos y el servicio a los más necesitados no deja de ser una motivación para trabajar con entusiasmo, además este ambiente favorece las relaciones del equipo de trabajo e impulsa a desarrollar con ahínco nuevos proyectos.

Diciembre de 2014 culminó con grandes satisfacciones, en primer lugar, porque desde una mirada subjetiva al evaluar los procesos me sentía realizada, conjuntamente los banners diseñados para estas fechas y la participación activa de los seguidores en las diferentes redes sociales como respuesta al intenso trabajo reflejo un notorio crecimiento, la interacción con el público repuntó no solo nivel nacional y en efecto los comentarios fueron muy positivos.

Enero/2015

“La reprimenda de inicio de año”

Luego de venir de un tiempo de euforia y satisfacción, creyendo que todo caminaba bien y sin sobresaltos aparentemente, fui convocada a una reunión de carácter extraordinario y recibí un llamado de atención ciertamente inesperado. La causa del correctivo se sustentaba en el bajo número de publicaciones en las redes sociales como primera medida, me mostraron el balance y la curva de decrecimiento en el número de actualizaciones, algunas un poco desfasadas del horario en que debían programarse, otras que no se hicieron y otras que no eran válidas y necesitaban replantearse.

Efectivamente el regaño me tomo por sorpresa y golpeó el ego con fuerza porque no tenía conciencia de que las cosas estuviesen en cuidados intensivos, sí reconocía que había disminuido el número de publicaciones diarias, una de las razones era el tiempo en exceso que dedicaba a diseñar algunos banners, mejor dicho, mi afinidad con las herramientas digitales era básica y me demoraba mucho tiempo en la creación de nuevos productos gráficos lo que hacía desplazar otras tareas u obviarlas en el peor de los casos.

Me vi envuelta en la impetuosa urgencia de ser creativa haciendo uso de nuevos programas de edición, no casarme con uno o dos sino explorar el sinnúmero de posibilidades que ofrece el mundo digital, investigando las tendencias del momento y creando propuestas innovadoras, atractivas y de mayor alcance. “La curiosidad y el dinamismo combaten la pasividad”.

Otro punto que me recomendaron tenía que ver con la revisión cuidadosa de artículos, noticias o informaciones de otros medios que compartía en las redes de Sinfronteras y de la congregación comboniana, ya que algunas de esas fuentes no eran objetivas y presentaban información inexacta o tergiversada. Este tema es espinoso y más cuando el sendero por cuando el sendero trazado es la línea prudente de la Iglesia Católica Romana, lo que exigía una formación en doctrina y un ojo clínico con todo lo que se posteaba.

Es clave en este particular tener conocimiento del público objetivo, entre ellos existen seguidores especializados en ciertas materias y conocedores íntegros de la misión de la Iglesia, sacerdotes, hermanos consagrados, laicos comprometidos, etc. La ética

profesional es de carácter fundamental y debe brillar en los contenidos divulgados, por esta razón se deben examinar con lupa recurriendo a los conocedores para que analicen y guíen los procesos internos a fin de tener acertividad, franqueza y respeto por todos y cada uno de los receptores.

Febrero y siguientes

“La nueva buena”

A finales de febrero me dieron a conocer una gran noticia, la organización había decidido extender el contrato laboral pasando de practicante a profesional de comunicaciones por nómina.

En principio se acordaron mejoras para obtener una productividad del 100% en mi labor, se sugirió pulir ciertos aspectos procurando estar a la vanguardia en términos de innovación y explorando las múltiples herramientas que ofrece el mercado digital para crear contenidos llamativos y de calidad.

Las funciones de community manager, así como la producción radial, la redacción para prensa y algunos asuntos de carácter organizacional continuaron, al tiempo nacieron otras responsabilidades una vez se dio luz verde al proyecto de TV on line que se venía gestando para la transmisión diaria del noticiero Sinfronteras.

El nuevo fruto

A finales de marzo de 2015, se realizó el montaje y las primeras pruebas para la grabación del noticiero “Sinfronteras Televisión” con la información más relevante del mundo y de la Iglesia Católica.

El informativo “Sinfronteras Televisión”, tenía como objetivo narrar los hechos noticiosos más destacados junto a la cruda problemática social en diferentes partes del mundo, así como las actividades que la Iglesia realiza con los más pobres y abandonados en los lugares de misión.

A comienzos de abril de 2015 iniciaron las emisiones diarias de mayores a 5 minutos y una edición especial los días viernes con el resumen semanal de las noticias más importantes del mundo y de la Iglesia Católica. De lunes a jueves presentaba el noticiero, tarea que esquivamente se fue perfeccionando en vista de que no tenía experiencia en ese campo, sin embargo, finalicé amando desenvolverme en dicha faceta.

Entrando en detalle, las rutinas de grabación iniciaban entre 7 y 8 de la mañana con la selección, redacción y edición de las noticias para la emisión del día, paso seguido se hacía la adecuación de la sala de grabación, se encendían equipos y se realizaban algunas pruebas. Alrededor de las 10 A.M. se realizaba la grabación y posteriormente el producto pasaba a edición para estar listo antes de mediodía, tras una última revisión el material audiovisual se publicaba en el canal de YouTube de Sinfronteras Tv a las 12 meridiano. (En el anexo No. 3 se adjuntan los links de las emisiones del noticiero ordenadamente en el período comprendido entre el 7 de abril y el 27 de mayo de 2014).

Este último proceso fue enriquecedor ya que me permitió dar pasos en nuevas direcciones, algunos con tropiezos, temor, sentimientos encontrados, incoherencias, decepciones, caídas y estrelladas, que hicieron algunas veces frustrante el ejercicio profesional pero que al final confirmaron como todas las experiencias vividas son un

aprendizaje y como los altibajos se transforman en oportunidades que empujan a ir más lejos.

CAPÍTULO 4

ASPECTOS QUE FACILITARON Y DIFICULTARON LA PRÁCTICA

Desde el sentido general que se pensó para reconstruir la experiencia y reconocer los aprendizajes, se identificaron diversas fortalezas y dificultades en el proceso que representan múltiples significaciones en la vida profesional, académica y desde luego personal. Las dinámicas en ejercicio de la práctica suscitan una serie de aspectos que conviene evaluar para determinar apropiadamente las lecciones aprendidas.

Para entrar en materia describiré inicialmente una cualidad esencial frente a los retos profesionales: amar la elección vocacional y sentir pasión por la misión que representa, independientemente de los principios o la visión de la organización donde se lleva a cabo la práctica es fundamental, luego la ejecución de las tareas y sus resultados son el reflejo del interés y el empeño que se imprime en todas y cada una de esas acciones.

Entre tanto, encontrar total empatía con el enfoque de la organización seleccionada para la pasantía, como fue mi caso, es un punto a favor en el desarrollo del trabajo. Fortuitamente, desde una mirada subjetiva, el carácter social y el desarrollo humano como asuntos que despiertan mi interés, coincidieron con el factor común entre el énfasis del programa de Comunicación Social- Periodismo de la Universidad Minuto de Dios (Uniminuto) y la visión del grupo de medios Sinfronteras.

En ese sentido, el diseño curricular del programa sustenta el análisis de la comunicación basada en un compromiso, que facilite el intercambio y las interacciones dentro de la proyección y el desarrollo. En lo que respecta a Sinfronteras, la

comunicación al servicio de la evangelización es un medio que dinamiza y fortalece las interacciones en búsqueda de procesos de transformación individual y colectiva desde el compromiso con el desarrollo sostenible y el empoderamiento del tejido social.

Al hablar de una línea de relación con el enfoque social es pertinente mencionar algunos senderos que se dibujan desde la comunicación participativa según lo planteado por Alfonso Gumucio y que encontramos en este caso semejantes en la academia (Uniminuto) y en la organización donde desempeñe la práctica profesional (Sinfronteras).

En ambos ángulos, la horizontalidad de la comunicación es una directriz que abre las puertas a los ciudadanos para que sean actores dinámicos con participación activa en la generación de cambios sociales, entendiendo que las iniciativas deben visualizarse como procesos que a largo plazo darán resultados óptimos teniendo como precedente la apropiación por parte de la comunidad involucrada y su trabajo desde la colectividad.

Otro aspecto clave es la labor en pro de la concientización sobre la realidad que nos rodea, para tener claro hacia dónde y cómo avanzar y cuáles son los instrumentos adecuados para tal fin. Estos aspectos nos ubican en el terreno de la comunicación para el cambio social, primeramente, cultivada en la universidad y después aplicada en la práctica.

Además de las similitudes en el campo social, la relación desde la evangelización fue otro punto que marcó la trayectoria de la práctica. Pues a nivel personal y profesional en el papel de estudiante y trabajadora, la experiencia espiritual marcó la pauta en los quehaceres propios de la comunicación.

El desempeño desde estos frentes, se convirtió en fortaleza durante la ejecución de la práctica, no obstante en el mismo rumbo aparecieron dificultades más de cuestión conceptual y eclesial, para explicar un poco esta circunstancia acudiré al sacerdote y doctor en estudios sociales, José Martínez de Toda, quien esclarece algunas complejidades presentes en Latinoamérica relacionadas con la fragmentación del catolicismo en una pluralidad de alternativas y divergencias.

Desde ese punto de vista, el sacerdote indica entre otras cosas que la poca autocrítica, el mínimo diálogo entre la iglesia y los medios, la división entre la iglesia y las órdenes religiosas, la discusión recíproca entre la pobreza y la sociedad católica y principalmente el hecho de que la iglesia llegue tarde a la cultura contemporánea, son un factor que limita la comunicación para enfrentar los desafíos de estos tiempos.

El pensamiento anterior confrontó una seguridad que tenía hasta entonces. Lo que creía era una facilidad o fortaleza para el desarrollo de mi práctica en cuanto a la empatía y el gusto por la vida espiritual y la vocación misionera, se tornó por momentos en una dificultad, pues no bastaba con la afinidad en la orientación espiritual. Los retos comunicacionales en la organización Sinfronteras exigían conocimiento de la vida interna de la iglesia, un saber más científico y profundo, una inquietud más solícita para entender con los cinco sentidos donde estaba parada, ahí me di cuenta que el espíritu de investigación estaba adormecido y que para hacer no podía prescindir del saber.

Poco a poco se fue desarrollando un ojo crítico siendo cuidadosa con el carácter de los contenidos publicados y en este punto estaba familiarizada con muchas de las instituciones que informan con mayor objetividad sobre el acontecer diario del mundo

desde la mirada de la iglesia católica en su lucha por el respeto de los derechos humanos y demás características de la labor evangelizadora. En esta acción, también logré habilidad en la obtención de contactos, expertos en lo concerniente a los contenidos que trataba y para ello supe aprovechar las herramientas dispuestas para el desarrollo de mis funciones.

En el área de trabajo asignada las herramientas recibidas para ejecutar las actividades encomendadas fueron: computador, grabadora digital, audífonos, usb y material de papelería. También tenía acceso a más dispositivos tecnológicos como cámaras fotográficas y de video, micrófonos, luces de estudio para grabación, consola, entre otros, si se requerían.

Como se detalla arriba, en cuestión de equipos para llevar a cabo las funciones asignadas el equipamiento fue completo y además los equipos y herramientas se encontraban en excelente estado; incluso en caso de presentar fallas se realizaba mantenimiento inmediato, aunque siempre había máquinas disponibles.

De otro lado, los recursos utilizados para optimizar las labores y dar vida a nuevos proyectos en su mayoría o estaban en la web: programas de edición de imagen, audio y de vídeo. Por lo general, prefería hacer uso de editores fotográficos on line en la creación de banner para actualización de redes sociales y también edición de imágenes con fines más corporativos.

Sobre mi escritorio siempre permanecían libros y revistas con las que me actualizaba constantemente y me adentraban en el conocimiento a profundidad de la congregación de los misioneros combonianos. Obviamente las revistas publicadas allí significaban un

recurso primario por ser la fuente directa de información cómo protagonistas de las cuentas en redes sociales dentro del mundo virtual.

Ahora bien, deteniéndonos en el tratamiento de la información emitida, se debe acatar la recomendación de la iglesia sobre la necesidad de comunicar esperanza y confianza en estos tiempos, así lo expresó el Papá Francisco en la versión número 51 de la Jornada de las Comunicaciones 2017; “quisiera contribuir a la búsqueda de un estilo comunicativo abierto y creativo, que no dé todo el protagonismo al mal, sino que trate de mostrar las posibles soluciones” (Papa Francisco, 24 de enero de 2017. Párr.4).

El obispo de Roma invita en este ámbito a no caer en un optimismo ingenuo que no se deja afectar por el escándalo del mal y en el que se ignore el drama del sufrimiento, el ideal no es beneficiar la desinformación sino darle otra mirada marcada por la lógica de la buena noticia haciendo eco de la inspiración del evangelio. Al respecto, Carlos Scolari citando a Bryant y Miron (2004) asegura que las conductas de los poderes económicos que controlan los medios llevan a un progresivo desentendimiento de las funciones sociales de los mismos y que la digitalización y la pervasividad de las redes están redefiniendo la vida hogareña, lo que da cuenta de las vertiginosas transformaciones sociales en la actualidad.

De otro lado y continuando con las facilidades halladas en la práctica, traeré a colación algunas características más técnicas. En el campo laboral la buena redacción y lo que ésta implica, destreza en manejo de reglas ortográficas y de puntuación, sintaxis, etc, son una cualidad excepcional. Se entiende que un comunicador debe tener estas habilidades muy bien definidas, sin embargo, los errores no faltan y en casos pueden

costar hasta el puesto de trabajo, pues está en juego el nombre de la compañía y su reputación. Afortunadamente en mi proceso este aspecto no representó inconvenientes de ningún tipo.

Sin duda, la labor encargada en la práctica profesional es un aprendizaje continuo, aquí entran en juego el análisis y la interpretación de los fenómenos necesarios para la resolución de problemas a la luz de los conocimientos adquiridos. Yo agregaría en esta perspectiva otro aspecto que desde lo personal facilitó la práctica y es la rectitud y humildad en el desarrollo de las funciones asignadas, virtudes que adelante impactan los resultados profesionales.

Adicionalmente, el profesional debe desarrollar habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar la información y transformarla también en conocimiento al interior de su práctica, un claro ejemplo de ello es esta sistematización.

Por consiguiente, debe subrayarse que dentro de los criterios curriculares del programa de Comunicación Social - Periodismo de Uniminuto, se opera sobre dos líneas, una académica y otra de acción, en apertura a un aprendizaje completo que le brinde herramientas al estudiante para entender el contexto en el que se desenvuelve y construir sentidos a partir de sus reflexiones.

Estas observaciones se relacionan intrínsecamente con el liderazgo social que debe alertarnos hoy y empujarnos a actuar con prontitud ante el malestar de la sociedad pesimista, inmóvil ante las injusticias y preocupada masivamente por los bienes materiales. Un arma para combatir dicha realidad es el poder de la comunicación para

construir una conciencia distinta en los ciudadanos y por ende colaborar en una construcción social de la realidad recordando a Berger y Luckman.

Es importante distinguir entonces de qué lado se rema para movilizar la sociedad hacia un cambio social y complementando con la orientación del Papa Francisco,

“En este mundo, los medios de comunicación pueden ayudar a que nos sintamos más cercanos los unos de los otros, a que percibamos un renovado sentido de unidad de la familia humana que nos impulse a la solidaridad y al compromiso serio por una vida más digna para todos” (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.2).

En ese propósito, queda claro que el papel de la comunicación hoy si bien es trascendental, necesita mayor dinamismo acorde con la velocidad digital, pero no por ello su misión debe caer en la superficialidad ni debe estar aislada de la sensibilidad humana o arriesgarse a ser excluyente si pensamos en todos aquellos que no acceden a estos medios de comunicación por una u otra razón.

“Los medios de comunicación pueden ayudarnos en esta tarea, especialmente hoy, cuando las redes de la comunicación humana han alcanzado niveles de desarrollo inauditos. En particular, Internet puede ofrecer mayores posibilidades de encuentro y de solidaridad entre todos” (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.2).

Llegados a este punto y en miras de hacer un análisis del mundo digital, las interconexiones, las redes mundiales de información, los agigantados pasos de la tecnología, las múltiples herramientas de interacción y en ellas las redes sociales y los nuevos roles profesionales en la gestión de comunidades virtuales, me tropecé con las dificultades más serias de la práctica profesional.

Soy franca respecto al escozor que me producía el desafiante mundo digital, la empatía con cuestiones cibernéticas me costaba mucho y en temas de marketing mi formación era pobre. Esa misma “pereza digital” como yo la llamo, influenciaba la agilidad y audacia en materia de diseño y me hacía desconocedora de las tendencias comunicativas a la vanguardia del momento.

Para ese entonces, tenía un pie atrás en materia digital, sabía aspectos básicos del funcionamiento de las redes sociales y de los sitios web, me defendía con algunas herramientas y/o programas de diseño y edición y poco más, por lo que me vi obligada a despertar la curiosidad, investigar, instruirme y aprender en la acción.

Tímidamente fui adquiriendo nuevas destrezas, pero en ocasiones el trabajo bajo presión me generaba un conflicto consigo misma, éste significaba en ciertos momentos una jugada en contra pues apenas se iba forjando la pericia en la materia, especialmente fue arduo el trabajo tras la renuncia de la community manager de la organización y la asignación de sus funciones a mi cargo como asistente de comunicaciones.

Para tratar de comprender esa demanda digital de estos tiempos, Carlos Scolari nos brinda una rica reflexión referente a las mediaciones digitales y su eco en las nuevas formas de comunicación nacidas a partir de la difusión de la World Wide Web o red mundial y estudiadas desde un enfoque teórico que el investigador define como: ecosistema comunicativo digital.

Para el autor argentino, el punto clave en el análisis de estos procesos evolutivos son las hipermediaciones, entendidas como “procesos de intercambio, producción y

consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008, p.113-114).

En ese sentido, se refleja la urgencia de despertar del asombro de las nuevas herramientas ofrecidas por la tecnología y se apuesta por recuperar las hipermediaciones reivindicando el papel del receptor tradicional que se proyecta como interlocutor activo.

Acorde a tal objetivo, la comunicación digital y los medios interactivos exigen hoy una serie de capacidades para el análisis del contexto y las necesidades del entorno local, regional y nacional, a partir de habilidades, destrezas y conocimientos que conlleven al desarrollo de fundamentos, estrategias y material creativo acorde a las necesidades en los diferentes grupos de usuarios o comunidades, más virtuales que presenciales.

Así, como consecuencia de la creciente demanda de medios interactivos en tiempos de la revolución digital, surge la figura del *community manager* como aquella persona encargada/responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes, según la definición dada por la Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales de Social Media (AERCO-SPM).

Por su parte, en el perfil profesional del *community manager* se han reconocido algunas funciones puntuales, precisamente Territorio Creativo y AERCO establecieron cinco aspectos significativos: escuchar, circular la información internamente, explicar la

posición de la empresa a la comunidad, buscar líderes, tanto interna como externamente y encontrar vías de comunicación entre la comunidad y la empresa.

Las anteriores claves se cumplieron en el desarrollo de mi práctica profesional, sin embargo, aunque la creatividad es parte esencial en estos procesos tanto como la capacidad de redacción y de comunicación, difiero con la definición que para este nuevo profesional da José Antonio Ibáñez, director de marketing de Sinclair Studio: “el CM es el fruto de la extensión del marketing al entorno online y que las redes sociales son una estrategia de marketing digital”.

Claramente hay una relación, pero no puede representar una camisa de fuerza ser experto en marketing para ejercer como *community manager*, si hablamos de meros intereses organizacionales o estratégicos con fines comerciales, quizá, pero sopesando la importancia que ha tomado esta figura, no hay direccionamientos desde el carácter social y evangelizador cuyos fines no son lucrativos.

Finalmente es necesario entender que las tecnologías digitales, no sólo transforman el mundo, sino que también inciden poderosamente en la comprensión y percepción que tienen los sujetos de ese mundo, tal como lo describe Luis Ignacio Sierra, docente del Departamento de Comunicación en la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana. Es por ello que la inteligencia a la hora de comunicar requiere romper el paradigma de lo tradicional sin negar que la comunicación como una realidad humana debiera abrir los ojos a una cultura del encuentro como sabiamente lo concibe el Papa Francisco.

CAPÍTULO 5

RESULTADOS, APRENDIZAJES Y RECOMENDACIONES

Resultados

En general los frutos del trabajo realizado en Sinfronteras, Revista, Radio y Televisión fueron satisfactorios, se pudo evidenciar desde la función como *community manager* una importante acogida de seguidores en las redes sociales.

- ✓ Fan Page de Sinfronteras Radio, Revista y Tv: pasó de 730 a 1.500 amigos
- ✓ Perfil de facebook de Sinfronteras Combonianos: aumentó en 400 nuevos amigos aproximadamente
- ✓ Perfil de facebook Aguiluchos Combonianos: alrededor de 300 amigos más
- ✓ Twitter: se pasó de 230 a cerca de 400 seguidores. Ésta última red social, se reactivó después de un periodo prolongado de inactividad.

Cabe recalcar que el crecimiento en términos de cantidad es valioso, aunque no tan significativo como lo fue la transformación en términos de calidad en los contenidos, así como la identidad generada por la innovación en los diseños que causo impacto entre los interlocutores, quienes hicieron conocer su complacencia a través de comentarios públicos, dentro de las conversaciones de chat y en los registros de actividad de cada perfil.

La interacción con los seguidores, oyentes y demás receptores de información demostró paulatinamente mayor cercanía, interés y participación luego de venir en un estado de pasividad. En consecuencia, los resultados se reflejaban también en el número de oyentes de la emisora virtual católica Sinfronteras Radio.

Asimismo, para darle un aire fresco a la programación en el formato radial, se hicieron determinados ajustes técnicos. Éstos consistieron en renovar intros y cortinas de varios programas y trabajar en arreglos para la preproducción del informativo de noticias.

Por su parte el dominio y la seguridad en la locución mejoraron de forma significativa gracias a las correcciones y consejos que diariamente compartían los colegas de cabina, quienes por supuesto contaban con mayor experiencia. De igual manera obtuve gran provecho de los talleres de expresión corporal y oratoria liderados por profesionales en arte dramático.

Posteriormente un fruto de la evolución como locutora se hizo tangible al confiarme la dirección del programa “Jóvenes Sinfronteras” y ocasionalmente del programa “María la Virgen Misionera”. Más adelante tuve la oportunidad de presentar el noticiero Sinfronteras Información para medios audiovisuales.

A nivel de medios escritos no hubo sugerencias, indiscutiblemente la redacción mejora sobre el principio de que la práctica hace al maestro. Es verídico decir que se aprende a escribir: escribiendo y que se escribe mejor: escribiendo más. Especialmente el desempeño en esta área fue bueno desde la redacción diaria de noticias, las notas para algunas secciones de las revistas, la publicación permanente de contenidos en las diferentes redes sociales, las respuestas a las inquietudes del público en los chats y demás medios de interacción, incluyendo la redacción de informes para conocimiento interno de la organización, la corrección de estilo y la transcripción de entrevistas.

De otra parte, en el aspecto personal los logros alcanzados representan madurez, dinamismo, seguridad y confianza. El compartir diariamente con personas talentosas de distintas vocaciones y en conjunto caminar hacia un mismo objetivo representa individualmente un reto para demostrarse así mismo que se puede y que para alcanzar las metas el trabajo que cada uno aporta es fundamental y complementario al colectivo, no visto desde la dependencia sino desde la colaboración recíproca.

Desde la vivencia puedo manifestar que la exigencia grupal forja el carácter e impulsa a asumir las responsabilidades con mayor seriedad y más allá de eso, se convierte en una motivación para no quedarse quieto lo que se traduce en disciplina en el auto aprendizaje.

En esa lógica, no puedo dejar de resaltar las habilidades adquiridas en el trabajo en equipo ya que son valiosas o mejor indispensables en el mundo laboral y para cualquier proyecto que se emprenda.

Desplazando un poco el carácter competitivo, cabe mencionar que los fines conseguidos con el esfuerzo colectivo y la participación activa de todos los integrantes resulta una experiencia amena, sobremanera el éxito, pero también ciertos fiascos en los productos finales animan a aventurarse en nuevas creaciones y fortalecer los lazos contribuyendo a un ambiente laboral sano para beneficio de la organización y bien propio.

Lecciones aprendidas y recomendaciones

En esta construcción de sentidos que se ha venido tejiendo, los aprendizajes adquiridos en la práctica profesional son múltiples y de diversa índole, pero detallaré los más relevantes por el impacto que significaron.

- Hacer más no es actuar mejor

Desde la función que ejercí como *community manager*, a fines de la práctica existía un conflicto en torno a la actualización de redes sociales ya que era difícil llegar a un punto de acuerdo con mis superiores sobre la cantidad de publicaciones diarias o en horarios determinados.

Los extremos convergen: se saturaban las redes sociales intensificando las publicaciones para impactar con fuerza, lo que implicaba dedicar menos tiempo al producto final (posición de mi director) o se hacían creaciones muy buenas con menor frecuencia y en horarios estratégicos (mi propuesta). A nivel personal me confrontaba el hecho de acatar las sugerencias de mi director pues posiblemente su trayectoria le daba argumentos para defender su premisa, pero al final pude confirmar que no siempre los jefes tienen la razón.

La calidad estaba en juego y aquí encontré la respuesta en el siguiente mensaje: “No se ofrece un testimonio cristiano bombardeando mensajes religiosos, sino con la voluntad de donarse a los demás «a través de la disponibilidad para responder pacientemente y con respeto a sus preguntas y sus dudas en el camino de búsqueda de la verdad y del sentido de la existencia humana»” (Benedicto XVI, *Mensaje para la XLVII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*, 2013).

- La tecnología y el mundo digital dejaron de significar el monstruo al que comúnmente huía

Desde el aspecto profesional no se puede ser ajeno a las herramientas que trae consigo el mundo digital, es importante caminar a la par de lo novedoso para comprenderlo y hacer uso de él, encontrando su riqueza y aporte para los procesos de transformación social. Es clave entender en este aspecto que el ecosistema digital como lo denomina Scolari, trae consigo nuevas formas de comunicación y múltiples formas de interacción que desde la participación activa pueden gestar procesos de cambio social de gran impacto.

Comprendí que ante los cambios vertiginosos que trae consigo la evolución en el tiempo es necesario hacerle frente a los desafíos de estos días, no es cuestión de decir al mal tiempo buena cara, aquí todos los sentidos deben hacer de los acontecimientos nuevas oportunidades pues todo depende del cristal con que decidamos mirarlos. Dice el Papa Francisco:

“El mundo de la comunicación puede ayudarnos a crecer o, por el contrario, a desorientarnos. El deseo de conexión digital puede terminar por aislarnos de nuestro prójimo, de las personas que tenemos al lado(...) Estos límites son reales, pero no justifican un rechazo de los medios de comunicación social; más bien nos recuerdan que la comunicación es, en definitiva, una conquista más humana que tecnológica” (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.3-4).

- Disciplinarse en el auto aprendizaje es fundamental

El desarrollo de la práctica profesional posibilita un conocimiento real de las habilidades propias así como de las falencias y puntos por mejorar, en ese sentido y en comunión con mi proceso no puedo dejar de lado la semilla que se cultivó en aras de fortalecer los conocimientos previamente adquiridos en la universidad. También desde el aprovechamiento del tiempo para construir nuevos conocimientos y convertirse en un autodidacta consciente de sus necesidades y de los beneficios o frutos que trae consigo instruirse por cuenta propia como un acto de amor por su vocación.

“No basta pasar por las «calles» digitales, es decir simplemente estar conectados: es necesario que la conexión vaya acompañada de un verdadero encuentro. No podemos vivir solos, encerrados en nosotros mismos. Necesitamos amar y ser amados. Necesitamos ternura. Las estrategias comunicativas no garantizan la belleza, la bondad y la verdad de la comunicación. El mundo de los medios de comunicación no puede ser ajeno de la preocupación por la humanidad, sino que está llamado a expresar también ternura. La red digital puede ser un lugar rico en humanidad: no una red de cables, sino de personas humanas” (Papa Francisco, 1 de junio de 2014, párr.7).

- La práctica profesional es elemental en el proceso de formación

Este componente es una de las estrategias de proyección social de todo el sistema Uniminuto, la cual se concibe como una actividad pedagógica complementaria a la formación del estudiante en su área disciplinar y que adquiere su relevancia a partir de

la relación permanente entre la universidad, la sociedad y el mundo laboral (Uniminuto 2014, p. 1). Hallamos entonces una oportunidad propicia para conocer como fuente primaria las condiciones de la dimensión profesional en ejercicio y el contexto laboral como antesala a lo que uno se enfrenta posteriormente.

Personalmente la pasantía es una experiencia enriquecedora con diversidad de enseñanzas que fortalecen la actitud, la aptitud y los valores humanos, destaco puntualmente su aporte en el liderazgo y el trabajo en equipo.

1 recomendación; para la academia, esta práctica profesional me permite aportar o sugerir lo siguiente: de acuerdo al proyecto curricular de UNIMINUTO y en general desde las directrices del programa, mencionan que se establece un vínculo entre el proyecto de formación y el campo ocupacional y profesional del egresado, con el propósito de cualificar su formación académica como la de los diversos actores en su vínculo laboral, para abordar las diferentes problemáticas de la profesión. (Rocha, 2009, P.55), no obstante, nunca hubo un tutor de práctica con el cual pudiera discutir o reflexionar en torno al trabajo de campo, en un principio se intuyó sobre el tema pero nunca se hizo efectivo y creo que este pasó es vital en el proceso de evaluación constructiva ya que amplía la visión desde todas las dimensiones, fortalece las competencias en el camino y consolida la proyección a futuro desde la dimensión personal y profesional.

2 Recomendación; sé que suscita en este proceso para la organización pensando en los nuevos practicantes que seguramente llegarán, consiste en presentar de manera detallada y concreta las funciones asignadas al practicante, esto con el fin de dar orden

al trabajo propuesto que ajustado a objetivos específicos permitiría optimizar el tiempo en la agenda de actividades, no se trata de ceñirse estrictamente a una lista rigurosa sino de orientar oportunamente al practicante para que administre adecuadamente sus recursos y pueda dar el 100% de sus capacidades y su talento a fin de construir procesos eficientes, entendiendo que los comunicadores necesitan entrenarse en varias destrezas, pues “es necesario desarrollar unas virtudes que se entienden como excelencia, el buen profesional también de la información, es alguien que intenta ser excelente (...) por una razón, tiene que servir a las personas” (OCLACC – UTPL, 2008, P.19)

CONCLUSIONES

- La práctica profesional desde una visión global tiene una importancia clave en la formación profesional, en tanto se ponen en juego no solo las competencias propias de la disciplina, sino todas y cada una de las dimensiones de la persona.
- Reconstruir la experiencia de la práctica profesional y plasmarla a través de una línea de tiempo resulta un ejercicio muy enriquecedor ya que permite descubrir cada detalle del proceso vivido y comprender desde un ángulo crítico el qué, el cómo y el para qué de lo acontecido para valorar en su conjunto la totalidad de la experiencia.
- Una vez identificados los momentos más significativos de la práctica se redescubren las falencias, dificultades y retos que pudieron representar, pero más allá de eso, se reconoce cómo las lecciones aprendidas producto de esos momentos son aplicables en situaciones diferenciadas también en otros campos de trabajo.
- Es claro que la formación y el estudio permanente tienen hoy un carácter obligatorio. El sorprendente mundo digital coloca una exigencia máxima y nuevos roles como el de *Community Manager* nos debe impulsar como comunicadores a ir, no solo uno, sino varios pasos adelante para alcanzar un excelente desempeño dentro de una organización, buscando desde las nuevas facetas ser referentes.
- El impacto de las enseñanzas y resultados de la experiencia de la pasantía muestra dentro de las necesidades, logros y posibles recomendaciones, la ruta

de trabajo a seguir. Nuestra labor como comunicadores sociales - periodistas advierte sobre la urgencia de involucrarnos más en cuestiones digitales y sin perder de vista el propósito social, buscar un equilibrio y detectar la multiplicidad de oportunidades que con las herramientas tecnológicas se pueden tejer.

- Un comunicador debe ser un ser sensible ante la realidad, analítico frente a lo que ve y escucha, insistente en la objetividad y consecuente con el poder que tiene para transformar. Saber escuchar es el principio: “Si quieres ser sabio, aprende a interrogar razonablemente, a escuchar con atención, a responder serenamente y acallar cuando no tengas nada que decir.(Johann Kaspar Lavater).
- La práctica profesional es una constante retroalimentación en el campo profesional, académico y personal, y expresamente sobre el fundamento de la comunicación para el cambio social ésta debería ser la apuesta de cualquier profesional. Es aquí donde encuentro un gran privilegio y satisfacción por la educación recibida en la universidad y la experiencia adquirida en la práctica.
- La gran lección aprendida en el tiempo de práctica como comunicadora social – periodista es la ser inquieta y disciplinada en el auto aprendizaje a fin de estar actualizada permanentemente, enfocada en el propósito conjunto de la compañía con ideas innovadoras y activa en el desarrollo de las tareas propuestas, sabiendo administrar el tiempo y los recursos. “La asertividad aquí es fundamental”.

AGRADECIMIENTOS

A Dios alfa y omega, a mi esposo por su comprensión y la fortaleza que significó su incondicional apoyo, al retoño de mi inspiración Emmanuel Andrés, a los motores de mi vida en Fosca Cundinamarca y en memoria de mi mamá en el cielo.

Por supuesto a mi tutor Javier Espitia por su liderazgo y paciencia. Finalmente a la Universidad Minuto de Dios por enseñarme a amar la comunicación para el cambio social.

ANEXOS

Plan de Sistematización de la Práctica Profesional

Introducción

Este trabajo pretende compilar los frutos del proceso de aprendizaje de la práctica profesional, detallando sus etapas y describiendo los momentos más significativos de la experiencia, con el fin de contrastar las expectativas iniciales, la ejecución en sí, y los resultados definitivos.

El plan de sistematización contiene los siguientes apartados: a) Caracterización de la organización y de la práctica; b) Objetivos de sistematización; c) Justificación; d) Objeto de sistematización; e) Metodología; f) Marco conceptual con el desarrollo de las categorías de análisis.

Puntualmente desde la reconstrucción de la experiencia de la práctica, se evidenciarán los hitos más significativos del proceso. En un primer momento de descubren los “miedos y emociones de la primera cita” ante la incertidumbre de lo que vendría y cierta inseguridad al enfrentarse a retos nuevos. El segundo hito se desató en un estado de “shock por la renuncia de la *community manager*” y, en consecuencia, la asignación de sus funciones acrecentó mis responsabilidades. Luego, el trabajo bajo presión y la intensificación del ritmo laboral en diciembre configuraron el tercer hito en la práctica: “una navidad dulce e intensa”.

El momento número cuatro lo impulsó un fuerte llamado de atención, “la reprimenda de inicio de año”, por el bajo desempeño, la inadecuada optimización del tiempo y la necesidad de ser arriesgada y explotar la creatividad. Por último, llegó el tiempo de los compromisos con una inesperada y grata noticia, “la nueva buena”: se decidió extender mi contrato laboral pasando de practicante a profesional en comunicaciones con un contrato inicial por 3 meses.

Luego de la recreación de los hitos de la experiencia, se entrará en materia sobre los ejes orientadores en el marco de análisis de la práctica profesional. Estos se sustentan en cuatro caminos fundamentales que ayudarán a su comprensión y aportarán ideas claves para revelar los resultados e identificar las lecciones aprendidas.

En ese sentido, para recrear conceptualmente la experiencia de la práctica profesional las categorías propuestas para su estudio son: Mediaciones Digitales; Comunicación y Espiritualidad para el Cambio Social; *Community Manager* y Práctica Profesional.

Descripción general del lugar de práctica profesional

Sinfronteras radio, revista y tv es fruto del proyecto de evangelización de los Misioneros Combonianos, una comunidad exclusivamente misionera conformada por Hermanos consagrados y Sacerdotes para anunciar la Buena Nueva de Jesucristo en todo el mundo.

Su fundador es San Daniel Comboni, quien nació en Limone Sul Garda (Italia) en 1831 y murió en Jartum, (Sudán-África) el 10 de Octubre de 1881. Fue beatificado en Roma el 17 de Marzo de 1996 y canonizado el 05 de Octubre del 2003.

El grupo de medios Sinfronteras Bogotá, está localizado en la Calle 42, N° 13-50 Casa Daniel Comboni del barrio Chapinero, allí se encuentran las instalaciones de la emisora “Sinfronteras Radio”, la oficina de prensa y el centro de comercialización y distribución de las revistas misioneras “Iglesia Sinfronteras” y “Aguiluchos Combonianos”.

En el área de comunicaciones, el equipo funcional lo conformábamos seis profesionales con tareas diferenciadas entre la producción de contenidos para radio, prensa y web. En mi caso particular, las tareas que debía cumplir estaban directamente relacionadas con la creación de contenidos para la retroalimentación de redes sociales y la producción de contenidos para el formato radial, éste último con la elaboración de guiones y la locución de varios programas semanales.

Los objetivos por cumplir una vez iniciada la práctica consistían en la actualización constante de las diferentes redes sociales del grupo de medios con la atención de los respectivos chats y el envío de información de interés a los suscriptores de las revistas. Ocasionalmente redactaba artículos u otras secciones para las revistas y realizaba promoción de dichos medios escritos a través de los distintos canales de información dispuestos.

Redes sociales

Fan Page: Sinfronteras Radio y Tv

1 Perfil - Facebook: Sinfronteras Combonianos

2 Perfil - Facebook: Aguiluchos Combonianos Colombia

Cuenta de Twitter: @sinfronteras_co

Correo electrónico: sinfronteras@combonianos.org.co.

En cuanto a la apropiación de los contenidos trabajados el balance fue propositivo, una ventaja que contribuyó con el proceso fue la experiencia previa con entidades de carácter social, pero más que eso las vivencias espirituales gracias al acercamiento con comunidades católicas y el amor compartido por la vida misionera.

Desde el punto de vista profesional, las competencias para comprender, analizar e interpretar la realidad en miras al cambio social, despertaron un especial interés por visibilizar a través de los diferentes medios de comunicación e información, las problemáticas del entorno y en consonancia con el perfil profesional del comunicador de Uniminuto, me sentí impulsada a ser gestora de la transformación social aprovechando los medios que tenía dispuestos, cuidando el sentido ético y responsable y fortaleciendo el sentido crítico que me daba alas para imprimir dinamismo a ese propósito.

La práctica profesional en relación con las directrices del programa de Comunicación Social – Periodismo entrelazaron su vínculo desde el enfoque social de ambas instituciones, para mi fortuna, elaborar estrategias de comunicación participativa en escenarios mediáticos para el fortalecimiento de la interacción y el involucramiento de la sociedad en la transformación social y el desarrollo humano, fue un paso muy significativo tanto a nivel personal como laboral.

Justificación

La sistematización de la práctica profesional en tanto es una construcción reflexiva, tiene como propósito descubrir las múltiples significaciones de la experiencia e interpretar de manera crítica los procesos ejecutados con el fin de reconocer las lecciones aprendidas y verificar la contribución de estas a la vida personal, académica y profesional.

Desde esa perspectiva, este trabajo busca develar cómo en el desarrollo de la pasantía, si bien se ponen en juego las habilidades profesionales, entran a participar también otras dimensiones en una articulación que genera transformaciones y diversos aprendizajes para el fortalecimiento integral del ser humano dentro de su proceso formativo.

En el ejercicio realizado durante los seis meses de práctica, los diferentes retos y exigencias fueron una oportunidad para robustecer conocimientos previamente adquiridos en la academia, y para generar otros, que enriquecieron mi ser y mi hacer, lo que amerita ser exteriorizado para que otros: los practicantes, la organización misma

y la universidad, los conozcan y tengan en cuenta para cualificar los procesos y sus respectivos resultados.

Motiva también esta sistematización el enfoque humano y social de la organización donde se llevó a cabo la práctica, pues coincide con el direccionamiento del programa de Comunicación Social y Periodismo de Uniminuto, ya que tiene un especial interés por visibilizar y transformar el entorno de las comunidades con problemáticas de marginación, violencia, extrema pobreza y total abandono de las autoridades y de la sociedad misma.

Objetivos

General

Reconocer y analizar críticamente los sentidos y aprendizajes de la práctica profesional como comunicadora social – periodista en formación, especialmente cuando se abordan funciones de community manager dentro de una organización con enfoque social y espiritual.

Específicos

- Reconstruir ordenadamente la experiencia de la práctica profesional a través de una línea de tiempo en que se describan las etapas del proceso y los momentos más significativos del mismo a fin de descubrir las lecciones aprendidas junto con su impacto y evolución.

- Analizar los resultados de la experiencia de la pasantía desde una interpretación crítica que apunte a establecer las necesidades, logros y posibles recomendaciones como una retroalimentación efectiva para la organización, la academia y los nuevos profesionales inmersos en el mundo digital.
- Determinar los momentos más relevantes de la experiencia profesional y desde una reflexión constructiva cotejar las transformaciones y enseñanzas generadas para ilustrar el impacto del proceso e identificar las diferentes habilidades que se suscitan para un comunicador en la actualidad.
- Reconocer las lecciones aprendidas en la vivencia de la práctica profesional y su aporte a la estudiante en el campo profesional, académico y personal sobre el fundamento de la comunicación para el cambio social.

Objeto de sistematización

En este documento se estudiará la experiencia de la práctica profesional como Comunicadora Social - Periodista en el grupo de medios Sinfronteras, perteneciente a la Congregación de los Misioneros Combonianos Colombia, específicamente el periodo comprendido entre agosto de 2014 y febrero de 2015. Nos centraremos en analizar cuáles fueron esas dinámicas como practicante en dicha organización relacionadas con la función de community manager.

Se pretende comprender el rol del comunicador frente a la cada vez más frecuente demanda del mundo contemporáneo en relación con el aprovechamiento de lo digital para alcanzar propósitos personales e institucionales. Partiendo de esa idea, el camino conducirá al hallazgo de lo que significa el accionar del profesional en comunicación dentro de una organización de carácter social que apuesta a transformar vidas por medio del mensaje evangélico.

La popularización de internet y de ciertas redes virtuales, la convergencia de diversos lenguajes mediáticos a través de narrativas transmedia que han ampliado el consumo de medios y la producción – circulación de información, son parte de un fenómeno actual reconocido como “revolución digital”.

Las organizaciones que buscan el cambio social no son la excepción, y en este caso la Congregación de los Misioneros Camboyanos se ha planteado también el uso de las TIC para promover sus objetivos sociales y de evangelización.

Actualmente las herramientas tecnológicas dispuestas por la globalización son una fortuna potencial a favor de la interactividad, uniendo culturas e ideales, aprovechar esa ventaja para llegar a más lugares y mayor número de personas facilita procesos y dinamiza la forma de impactar los grupos sociales, de ahí que Sinfronteras haya encontrado no solo respaldo sino una oportunidad para vigorizar su obra e impulsar su visión.

Pregunta orientadora

¿Qué papel juega el comunicador social – periodista en la función de *community manager* dentro de organizaciones de carácter social e inspiración cristiana

y cuáles son las dinámicas generadas desde su rol en sintonía con el desarrollo humano, la proyección comunitaria y la acción participativa?

Metodología

Para el desarrollo de la sistematización de la práctica profesional se ha propuesto seguir el direccionamiento de los métodos cualitativos de investigación optando por algunas de las herramientas que ofrece para la recolección de información y el tratamiento de los datos recopilados a fin de interpretar lo encontrado y reconocer los sentidos subyacentes.

Precisamente las técnicas cualitativas ofrecen múltiples ventajas en el estudio de temáticas sociales ya que permiten abordar asuntos complejos e interpretarlos con mayor facilidad, cuestión de difícil análisis por medio de las técnicas cuantitativas.

De igual modo, las técnicas cualitativas posibilitan la participación de varios actores con distintas percepciones, lo cual permite tener una visión más amplia del contexto estudiado y reconocer la multiplicidad de pensamientos sobre un mismo fin para construir desde lo colectivo un proyecto articulador que valore todas las opiniones.

Acorde con lo anterior, desde la metodología planteada se evidencia la generación de un importante número de ideas que determinan los aspectos generales de lo que se va a sistematizar para el caso concreto, determinando los objetivos de la reconstrucción y la manera cómo se van a contrastar y analizar los datos. Es importante tener en cuenta que este proceso de observación hacia el pasado debe

llevarse a cabo cuidadosa y críticamente para no obviar momentos clave o ser muy subjetivo en la interpretación.

El ideal de este proceso es hacer una valoración de la experiencia de la práctica a través de una cuidadosa reconstrucción de lo vivido y su respectivo análisis desde tres dimensiones fundamentales: la profesional, la académica y la personal y a través de las categorías conceptuales que como lentes nos ayudan a observar mejor e interpretar lo vivido.

Partiendo de la intención descrita anteriormente, cabe mencionar que las herramientas utilizadas para recoger la materia prima de este proceso son:

- Entrevistas a profundidad con los principales actores involucrados en el desarrollo de la práctica profesional.

- Revisión documental tanto de informes presentados en la práctica, como otros propios de la organización.

- Construcción colectiva de la práctica por medio del ejercicio de memoria y la búsqueda de material fotográfico o escrito (e-mail), que apunte a determinar los momentos más relevantes.

- Identificación del marco conceptual relevante para comprender y analizar la práctica profesional, sus sentidos, los resultados finales, así como su aporte en la dimensión personal, laboral y académica junto a las lecciones aprendidas y posibles recomendaciones.

Las técnicas de recolección de información mencionadas desde las fuentes verbales y las documentales, se convierten en procedimientos concretos para obtener y evaluar las evidencias necesarias, que permitan formar interpretaciones objetivas y que luego faciliten la calificación de los resultados obtenidos en el ejercicio profesional estudiado.

En esa perspectiva, cabe resaltar que la entrevista en profundidad es una técnica muy útil en un proceso investigativo. Desde su planificación obedece a un objetivo y es entendida como “el encuentro reiterado cara a cara entre el investigador y el entrevistado, que tienen como finalidad conocer la opinión y la perspectiva que un sujeto tiene respecto de su vida, experiencias o situaciones vividas” (Campoy T y Gomes E, 2009, p.288). Una vez conocida la opinión del entrevistado sobre un asunto, el entrevistador recoge e interpreta esa visión particular.

Las principales características de la entrevista de acuerdo al documento referenciado con antelación se ajustan a la comprensión más que a la explicación, sin esperar respuestas objetivamente verdaderas, sino subjetivamente sinceras. Por su parte, el entrevistador adopta la actitud de oyente interesado y no se ocupa de evaluar respuestas. Particularmente se toca uno o dos temas en detalle, permitiendo flexibilidad en la exploración de alguno de acuerdo al interés.

Un punto a favor de esta técnica es la obtención de información contextualizada, con libertad en las respuestas puesto que son abiertas y la última ventaja además de la relación de confianza y entendimiento entre los interlocutores, es la opción de grabar las respuestas.

Ahora bien, a partir de los métodos sugeridos para reconstruir la experiencia de la práctica profesional, debe señalarse que las variables que determinarán el análisis de la sistematización y sobre las cuales se entretendrán los resultados y aprendizajes del proceso se concentran en cuatro ejes esenciales:

1. Práctica profesional
2. Mediaciones digitales
3. Community manager
4. Comunicación para el cambio social

Actores partícipes en la experiencia

El equipo interdisciplinario de la congregación de los misioneros combonianos en Bogotá y específicamente del grupo de medios Sinfronteras, estaba conformado por un equipo de 11 trabajadores. De este total, seis personas integrábamos la oficina de prensa y el estudio de radio y los cinco restantes conformaban el área administrativa.

En el caso puntual de mi experiencia como practicante en Comunicación Social – Periodismo, los actores que hicieron parte activa en mi proceso fueron todos los pertenecientes a esta dependencia, en orden de cargos:

Bernardino Dias Frutuoso – Director de Sinfronteras Radio, Revista y Televisión

Yeny Báez – Periodista y *community manager*

Carlos Cantor – Periodista y director de contenidos para prensa

Jairo Alberto García Riveros – Director de contenidos multimedia, Sinfronteras
radio y tv

Jeins Óliver García – Diseñador gráfico y creador audiovisual

Yuly Andrea Garay Agudelo – Asistente de comunicaciones

Tomek Braciszek– Creador de contenidos y locutor cooperante

Cronograma de actividades

Momento / Actividad	Fecha
-Averiguaciones y trámites en la facultad de comunicación para realizar la solicitud académica y tener el visto bueno de la dirección del programa para ejecutar la sistematización. -Investigación sobre los parámetros, características y pautas de la sistematización de experiencias.	Finales de enero de 2017
Indagación a profundidad sobre la organización donde realice la práctica profesional para la construcción de la reseña histórica.	Segunda y tercera semana de febrero de 2017
-Recopilación de información – revisión y selección de material físico y virtual con el fin de reunir toda la información documental en el marco de práctica	Última semana de febrero hasta segunda semana de marzo de 2017
Redacción de la primera parte del documento: contextualización histórica de la organización	Tercera semana de marzo de

	2017
Visita al grupo de medios Sinfronteras	Entre tercera y cuarta semana de marzo de 2017
Un primer bosquejo con la identificación de los resultados, logros y dificultades de la práctica	Primer semana se abril de 2017
Realización de entrevistas a las fuentes claves en el desarrollo de la experiencia	Segunda semana de abril de 2017
Indagación, lectura, definición y desarrollo de las categorías conceptuales	Cuarta semana de abril de 2017
Tiempo de escribir el documento de ejecución: -Caracterización de la práctica y definición de etapas -Reconstrucción de la línea de tiempo en ejercicio de la práctica e identificación de los hitos de la experiencia -Redacción de resultados, lecciones aprendidas y recomendaciones de la experiencia desde el análisis conceptual	Mayo de de 2017
-Articulación del proyecto y ajustes de lo que será el documento final	Primer semana de junio de 2017
-Primer entrega del proyecto de sistematización (ejecución)	Segunda semana de junio de 2017
Correcciones de acuerdo a retroalimentación del tutor	En adelante

Fuentes

- Hno. Bernardino Dias Frutuoso – Director de Sinfronteras Radio, Revista y Tv
- Hno. Marco Binagi – Director de los Misioneros Combonianos Bogotá
- Carlos Cantor – Periodista y director de contenidos para prensa
- Jairo Alberto García Riveros – Director de contenidos multimedia y productor radial
- Jeins Óliver García – Diseñador gráfico y creador audiovisual
- Diana Patricia – Asistente administrativa de los Misioneros Combonianos Bogotá
- Ángela Moreno Puin – Locutora cooperante en el programa de radio Jóvenes Sinfronteras y en algunas series especiales, y amiga cercana tanto personal como del grupo Sinfronteras

*Programación semanal de la emisora virtual **Sinfronteras Radio***

L U N E S	08:00 Santo / 09:00 El artista de la semana / 10:00 Iglesia en marcha / 11:00 Los González - Música / 12:00 Trabajos con oficios - Acontecer misionero / 14: Noticiero Radio Vaticano / 15:00 Testigos de la esperanza / 16:00 Huella de mujer - Música / 17:00 El artista de la semana - música / 20:00 Iglesia en marcha / 21:00 Testigos de la esperanza / 22:00 Rezando - Música / 23:00 Santo - Música / 01:00 Música noche / 02:00 El artista de la semana / 03:00 Testigos de la esperanza / 04:00 Iglesia en marcha / 05:00 Rosario misionero / 06:00 Música / 07:00 Amanecer misionero	M A R T E S	08:00 Santo / 09:00 El artista de la semana / 10:00 Palabra y vida / 11:00 Un otro Dios es posible - Música / 12:00 Trabajos con oficios - Acontecer misionero / 14: Noticiero Radio Vaticano / 15:00 Hombres y mujeres de la Biblia / 16:00 Un otro Dios es posible - Música / 17:00 El artista de la semana - música / 20:00 Palabra y vida / 21:00 Hombres y mujeres de la Biblia / 22:00 Rezando - Música / 23:00 Santo - Música / 01:00 Música noche / 02:00 El artista de la semana / 03:00 Palabra y vida / 04:00 Hombres y mujeres de la Biblia / 05:00 Rosario misionero / 06:00 Música / 07:00 Amanecer misionero
----------------------------------	---	--	---

**M
I
E
R
C
O
L
E
S**

08:00 Santo / 09:00 El artista de la semana / 10:00 Tras las huellas de San Pablo / 11:00 - 11:15 Santo misionero: San Juan Bosco / 11:15-12: Música / 12:00-13:00 No estás solo / 13:00-14:00 Música / 14:00-14:20 Noticias del Vaticano - Música / 15:00 Todos somos misioneros / 16:00 Santo misionero / 17:00 El artista de la semana - música / 20:00 Tras las huellas de San Pablo / 21:00 Todos somos misioneros / 22:00 Rezando - música / 23:00 Santo - música / 01:00 música noche / 02:00 El artista de la semana / 03:00 Tras las huellas de San Pablo / 04:00 Todos somos misioneros / 05:00 Rosario misionero / 06:00 Música / 07:00 Amanecer misionero

**J
U
E
V
E
S**

08:00 San Martín de Porres / 09:00 El artista de la semana / 10:00 Series: Mi tío Juan / 11:00 Música: Mano a mano / 12:00 Serie musical: Otra mirada / 14: Noticiero Radio Vaticano / 15:00 Jóvenes sin fronteras / 16:00 Música con sentido / 17:00 El artista de la semana - música / 20:00 Series: Mi tío Juan / 21:00 Jóvenes sin fronteras / 22:00 Rezando - música / 23:00 Santo - música / 01:00 música noche / 02:00 El artista de la semana / 03:00 Jóvenes sin fronteras / 04:00 Series: Mi tío Juan / 05:00 Rosario misionero / 06:00 Música / 07:00 Amanecer misionero

**V
I
E
R
N
E
S**

08:00 San Martín de Porres / 09:00 El artista de la semana / 10:00 Suramericandina / 11:00 Aguiluchos / 12:00 Acontecer misionero / 14: Noticiero Radio Vaticano / 15:00 Música africana / 16:00 Aguiluchos-Música / 17:00 El artista de la semana - música / 20:00 Música africana / 21:00 Viernes de alabanza / 22:00 Viernes de alabanza / 23:00 Viernes de alabanza / 01:00 Música noche / 02:00 El artista de la semana / 03:00 Suramericandina / 04:00 Aguiluchos / 05:00 Rosario misionero / 06:00 Música / 07:00 Amanecer misionero

**S
A
B
A
D
O**

08:00 Colombia sin fronteras / 09:00 El artista de la semana / 10:00 Música / 11:00 Aguiluchos / 12:00 María, la Virgen Misionera / 14: Música / 15:00 Artistas católicos en vivo / 16:00 Aguiluchos-Música / 17:00 El artista de la semana - música / 19:00 María, la Virgen Misionera / 20:00 Música africana / 21:00 Sábado de fiesta / 22:00 Sábado de fiesta / 23:00 Sábado de fiesta / 01:00 música noche / 02:00 El artista de la semana / 03:00 María, la Virgen Misionera / 04:00 Artistas católicos en vivo / 05:00 Rosario misionero / 06:00 Música / 07:00 Música

**D
O
M
I
N
G
O**

08:00 Música / 09:00 El artista de la semana / 10:00 Magazine Sinfronteras / 11:00 Colombia sin fronteras - Música / 12:00 Lectio Divina / 14: Música / 15:00 Magazine Sinfronteras / 16:00 Rezando juntos / 17:00 El artista de la semana - música / 19:00 Lectio Divina / 20:00 Música / 21:00 Magazine Sinfronteras / 22:00 Rezando - Música / 23:00 Santo - Música / 01:00 Música noche / 02:00 El artista de la semana / 03:00 Música / 04:00 Magazine Sinfronteras / 05:00 Rosario misionero / 06:00 Música / 07:00 Rezando - Música

Link's de emisiones del noticiero: Sinfronteras Información

- ✓ Abril 7 de 2014: https://www.youtube.com/watch?v=IMgzBYFqA_w
- ✓ Abril 8 de 2014: https://www.youtube.com/watch?v=0W5JJV0S_Zg
- ✓ Abril 9 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=SDAtJvkPEeY>
- ✓ Abril 10 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=n-Rm47QFGBo>
- ✓ Abril 23 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=bj9jpSgUpkE>
- ✓ Abril 24 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=zqyAQmzECMU>
- ✓ Abril 30 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=XrEkotKbRTI>
- ✓ Mayo 5 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=1S2W0OJFBCQ>
- ✓ Mayo 7 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=-TCiCxEBzd0>
- ✓ Mayo 8 de 2014: https://www.youtube.com/watch?v=oSUQQ6u_FZ0
- ✓ Mayo 12 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=oZKWw4RafxQ>
- ✓ Mayo 14 de 2014: https://www.youtube.com/watch?v=Zy9g_W84Ts0
- ✓ Mayo 15 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=O559chdBxeM>
- ✓ Mayo 19 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=nmtbLgGOg2w>
- ✓ Mayo 21 de 2014: https://www.youtube.com/watch?v=Je5Pdl_4izg
- ✓ Mayo 22 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=sGf8EfyVQ9Q>
- ✓ Mayo 26 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=J6nJfUmbNDI>
- ✓ Mayo 28 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=5feH2kgX2j8>
- ✓ Mayo 29 de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=DpKK5bCnZhM>

REFERENCIAS

AERCO-PSM (Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales Social Media). Recuperado de: <https://aercomunidad.org/>.

Campoy T y Gomes E (2009). Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos. Recuperado de http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/uploads/2011/10/T_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf.

CIC (Centro de investigación en Comunicación). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Instructivo para las opciones de grado en investigación. Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO. Recuperado de: [file:///C:/Users/User/Downloads/Instructivo%20de%20Opciones%20de%20Grado%20Amarillo%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Instructivo%20de%20Opciones%20de%20Grado%20Amarillo%20(2).pdf)

Gumucio A. (2001) Haciendo olas, Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social. The Rockefeller Foundation. Recuperado de: http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/haciendo_olas_%5Bf%5D_7_23.pdf

Martínez A. (2016). *Análisis de las prácticas comunicativas en la Fan Page de Secretaría de Educación del Distrito para identificar y caracterizar la estrategia de comunicación digital implementada en el marco de Gobierno en Línea* (Manuscrito de tesis de especialización en proceso). Corporación Universitaria Minuto de Dios en convenio con Universidad Tecnológica de Pereira. Bogotá.

Misioneros Combonianos del Corazón de Jesús (2014). Iglesia Sinfronteras.

Documentación Misionera. Recuperado de:

http://iglesiasinfronteras.org/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=105

OCLACC & UYPL (Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación & Universidad Técnica Particular de Loja). (2008). *Comunicación Ciudadanía y Valores, Re-inventando conceptos y estrategias*. Quito: Asunta Montoya.

OCLACC - Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación. (2009). *Cultura y Misión, Perspectivas para América Latina*. Quito: Abya-Yala.

Papa Francisco. (2017). «No temas, que yo estoy contigo» (Is 43,5) Comunicar esperanza y confianza en nuestros tiempos. Mensaje del Santo Padre Francisco para la 51 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Recuperado de: https://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/papa-francesco_20170124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

Papa Francisco. (2014). Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro. Mensaje del Santo Padre Francisco para la XLVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Recuperado de:
https://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

Rocha C. (2009). Proyecto Curricular del Programa de Comunicación Social - Periodismo. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO.

Scolari C. (2008). *Hipermediaciones – Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Recuperado de: file:///C:/Users/User/Downloads/Hipermediaciones-Carlos-Scolari-Cap1.pdf

_____ (2014). Narrativas Transmedia – Nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura Digital. Acción Cultural Española*. Recuperado de:
http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf

Sierra L. (2009). Reseña de "Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva". *Signo y Pensamiento*, vol. XXVIII (núm. 54), p. 392-393. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011409031>.

Treviño P & add. (2013). *Community managers: presente y futuro de un perfil profesional emergente en la dimensión 2.0. Su influencia en la rentabilidad reputacional online*. (Tesis de maestría) Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado de:
https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-16429/Trevi%C3%B1o_Barranquero.pdf

