



Sistematización de la Práctica Profesional en UNIMINUTO Radio,  
Redes Sociales y su Importancia en el Periodismo

Erick Jair Mogollón García

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Bogotá D.C. - Sede Principal

Comunicación Social - Periodismo

Mayo de 2020

Sistematización de la Práctica Profesional en UNIMINUTO Radio,  
Redes Sociales y su Importancia en el Periodismo

Erick Jair Mogollón García

Sistematización presentada como requisito para optar al título de Comunicador Social -  
Periodista

Asesor  
Walfrando Beltrán  
Especialista en Comunicación Educativa

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Bogotá D.C. - Sede Principal

Comunicación Social - Periodismo

Mayo de 2020

## Tabla de Contenido

<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>4</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>CONTEXTO .....</b>	<b>9</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivos generales .....</b>	<b>12</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>PROCESO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL .....</b>	<b>16</b>
<b>REFLEXIONES DE LA SISTEMATIZACIÓN.....</b>	<b>27</b>
<b>Logros alcanzados.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Nuevas prácticas de aprendizaje.....</b>	<b>29</b>
<b>Para tener en cuenta a futuro .....</b>	<b>30</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>35</b>

## **Agradecimientos**

Sin duda alguna, este espacio es uno de los más importantes en la vida académica de cualquier persona, y así como al firmamento lo componen miles de estrellas, mirar hacia el pasado es recordar que son infinitas las personas e instituciones que marcaron estos procesos de aprendizaje.

Agradezco a mi alma máter Uniminuto por ser garante de mi proceso de aprendizaje y la tutora principal en mi vida profesional, ya que gracias a los conocimientos otorgados por cada uno de los docentes que hacen parte de esta institución, se cierra un ciclo que da puerta a la vida laboral, donde se hará praxis de lo aprendido como Comunicador Social y Periodista.

Infinitos agradecimientos doy a UNIMINUTO Radio, no solo por ser la institución donde realice mi práctica profesional y ser base fundamental de esta sistematización de experiencias, sino por confiar en mí para el desarrollo de una función nueva al momento de comenzar dicho proceso. Además, agradezco enormemente a Néstor Ballesteros y Jorge Mario Pérez por su actitud de servicio y los conocimientos brindados.

Agradecimientos especiales a Walfrando Beltrán, quien con mano dura y paciencia acompañó como tutor esta sistematización de experiencias. Gracias a su conocimiento y experiencia en este tipo de trabajos se logró recopilar, analizar y reflexionar sobre un proceso de aprendizaje vivido.

A mi familia, en especial a mi madre Nelly García por su apoyo y dedicación, por confiar en mis habilidades innatas y fortalecer mis debilidades blandas, por ser parte fundamental del proceso; a mi hermana Nicolle y mi tío Nelson, sin el apoyo moral y emocional que me brindaron, mi formación profesional no hubiera sido la misma.

A todas esas estrellas que hicieron parte del camino, GRACIAS.

## Resumen

El presente documento busca dar cuenta del proceso desarrollado en la práctica profesional del programa Comunicación Social - Periodismo iniciada en noviembre de 2.018 en la emisora universitaria de UNIMINUTO Radio, ubicada en la localidad de Engativá, al occidente de Bogotá, sistematizando la experiencia de la práctica y mostrando aspectos relevantes dentro de la misma; de igual manera, cabe destacar que se darán a conocer los resultados de la estrategia de comunicación digital "Posicionamiento de redes" desarrollada dentro de la práctica.

Es importante evidenciar la necesidad, en esta era 4.0, de una estrategia de comunicación digital al momento de realizar periodismo universitario; métodos de divulgación, estadísticas de participación y análisis de contenidos periodísticos.

### Palabras Claves

Comunicación, era digital, redes sociales, emisora universitaria, participación.

## **Abstract**

This document seeks to inform the process developed in the internship started in November 2018 for the Social Communication - Journalism program. The internship was done at the university radio station of UNIMINUTO Radio, located in Engativá, west of Bogotá. The paper seeks to systematize the experience of the internship and show some relevant aspects of it. Likewise, the results of the digital communication strategy "Network positioning" developed will be announced.

In this 4.0 era, it is important to demonstrate the need of a digital communication strategy when conducting university journalism. This strategy includes dissemination methods, participation statistics and journalistic content analysis.

Keywords: Communication, digital age, social networks, university radio station, participation.

## Introducción

Al iniciar el desarrollo de la práctica profesional se determinaron actividades desde UNIMINUTO Radio para llevar a cabo a lo largo de la intervención como practicante de Comunicación Social – Periodismo. Las actividades estaban encaminadas a potencializar las redes sociales de la emisora (participación e interacción), al igual que a realizar un papel de periodista dentro del espacio radial. Es por eso que, las funciones que se realizaron a lo largo del espacio de práctica eran las de un comunicador y periodista digital.

Al comienzo de la práctica profesional, el estudiante presentó una estrategia digital que le permitió a UNIMINUTO Radio incrementar el posicionamiento de sus redes sociales, al igual que la visibilidad de su página web. Esta estrategia digital fue propuesta gracias a los conocimientos que el estudiante adquirió a lo largo de su proceso académico dentro de la Universidad Minuto de Dios. Dicha propuesta fue aceptada y corregida por los directores de la emisora, siendo esta la base metodológica con la que se trabajó durante los seis meses de práctica.

Como se mencionó anteriormente, durante el espacio trabajado en la emisora virtual, los procesos de comunicación digital y periodismo formaron parte fundamental de las actividades asignadas. Los canales de divulgación de las noticias eran el foco principal de la estrategia, al igual que en esta sistematización de experiencias, siendo estas las encargadas de evidenciar el proceso profesional que tuvo el estudiante durante su tiempo en la emisora; objetivos planteados y objetivos cumplidos medibles, permitiendo ser analizados, cuestionados y generando un seguimiento a la efectividad de las actividades propuestas.

Para el desarrollo de la estrategia se utilizaron herramientas audiovisuales, imágenes y escritos con contenido periodístico que evidenciaban los hechos coyunturales del país. Todo este contenido era distribuido a través de los canales de divulgación. Es por eso, la

importancia de potencializar estos canales y entender el papel que juegan las redes sociales dentro del periodismo.

El mundo con la llegada del Internet está en un constante cambio tecnológico, social, político y económico, y el periodismo no debe quedarse atrás en dichos avances.

Anteriormente la entrega de los hechos coyunturales se hacía bajo dinámicas diferentes como el voz a voz, periódicos a la puerta de la casa, radio o televisión. Sin embargo, la era digital que nos corresponde cambió dichas dinámicas, por ende, debemos reconstruir todos los aspectos de la vida social, y el periodismo no se queda atrás.

El papel de las redes sociales con la llegada del internet y la interacción que permiten las mismas, debe jugar a favor del periodismo universitario, por eso la importancia de la estrategia digital en UNIMINUTO Radio. El aprovechar los recursos digitales para la divulgación, interacción y visibilización de la prensa universitaria es el reto que toda institución debe plantearse en tiempo como los de hoy.

Cabe destacar que esta sistematización dará cuenta de lo anterior; que dicha estrategia es vital para el surgimiento de nuevas dinámicas dentro del periodismo universitario, pues bien, utilizadas las herramientas digitales, la interacción y su inmediatez se ven evidenciadas al momento de llegar al público de un medio de comunicación. Este fue el aporte fundamental de la estrategia planteada por el estudiante, pues como se evidenciará a lo largo de este documento, es un recurso teórico que contribuyó a ser más visibles las notas en UNIMINUTO Radio.

## Contexto

La práctica profesional se desarrolló dentro de UNIMINUTO Radio, emisora de la Universidad Minuto de Dios, sede principal, ubicada al occidente de la ciudad de Bogotá. El espacio radial se encuentra enmarcado dentro de la organización Minuto de Dios, como una emisora académica de la capital del país, con frecuencia en AM y plataforma virtual.

UNIMINUTO Radio se presenta en su página web como "una red de radio universitaria hablada y musical, sin razón comercial alguna, que tiene el compromiso de formar audiencias y ciudadanos, aportar al debate público y entregar herramientas de juicio para la construcción de opinión y toma de decisiones del país" (UNIMINUTO Radio. (2020). [www.uniminatoradio.com.co/nosotros/](http://www.uniminatoradio.com.co/nosotros/)). Lo que significa que es un espacio que aporta en la construcción de ciudadanos críticos y conscientes de la realidad del país y el mundo.

La emisora UNIMINUTO Radio cuenta con espacios que se articulan para el buen funcionamiento de esta. Es así, entonces, que dentro de su estructura encontramos diferentes actores que juegan papeles importantes para su buen desarrollo. Su organización se puede presentar de la siguiente manera: en la dirección de la emisora, participan el director, el coordinador de contenido y la persona responsable de la programación http de la página web de la emisora. En este orden los actores que allí intervienen son el profesor Néstor Ballesteros con la dirección y el profesor Jorge Mario Pérez con la coordinación de contenido.

La sección anterior también hace parte del equipo de redacción de contenidos periodísticos que son publicados en la página web de la emisora. Esta área está articulada entre profesores y estudiantes, quienes realizan y evalúan el grosor de las noticias a publicar. Es importante resaltar que los profesores son también los encargados de tomar el rol de editores de las noticias propuestas y presentadas por los estudiantes, que, en este caso, la mayoría de ellos son estudiantes en proceso de práctica y/o colaboradores.

En el desarrollo de la práctica por parte del estudiante del programa de Comunicación Social – Periodismo, sus funciones estaban relacionada con la redacción y a su vez, community manager. En el espacio de redacción los entregables hacían parte de notas periodísticas con enfoque cultural; en la segunda función, que para su momento era la primera vez que se contaba con este rol dentro de la emisora, se presentó una propuesta digital donde se buscaba que el estudiante realizará la revisión final de cada una de las notas publicadas en la web de UNIMINUTO Radio, como a su vez, la divulgación de las mismas por medio de las redes sociales.

Lo anterior representa que el estudiante tenía una función de creativo digital con el fin de motivar el consumo de notas periodísticas por parte del público de la emisora. Este trabajo se veía reflejado no solo en las estadísticas que las redes sociales arrojaban, sino también en las métricas de la página web.

La emisora, cuenta también con el área de colaboradores conformada por diferentes actores, semilleros y propuestas periodísticas que tiene la universidad en sus diferentes cursos de pregrado y posgrado. Estos actores contribuyen en la parrilla de programación radial, al igual que en las notas publicadas en la web; dentro de los que se destaca DATEATE.

Por otro lado, UNIMINUTO Radio hace parte fundamental de la Red de Radio Universitaria de Colombia. Esta red de radios universitarias, según su página web, fue conformada el 19 de septiembre de 2003 y actualmente está compuesta por 80 emisoras (9 en AM, 38 en FM y 33 Virtuales) de 60 universidades, ubicadas geográficamente en 21 ciudades capitales y 11 municipios de Colombia (Red de Radio Universitaria de Colombia. (2020) [www.radiouniversitaria.org/web/quienes-somos/](http://www.radiouniversitaria.org/web/quienes-somos/) ).

Ser parte de esta red universitaria involucra para UNIMINUTO Radio un compromiso, no solo con los estudiantes, también con el público en general. La emisora debe

comprometerse a brindar información actual y veraz, dando ejemplo para las demás emisoras de la red. Es por eso la importancia de la apuesta digital que UNIMINUTO Radio realiza al momento de darse cuenta del reto de divulgación y consumo de contenido que este milenio representa. No es un secreto que el Internet cambió la forma en la que nos informamos y consumimos noticias. El periodismo se enfrenta a un mundo infinito de información, en donde la creatividad y responsabilidad ética son diferenciadores importantes dentro de la gama de medios digitales que podemos encontrar hoy en día.

## Objetivos

Sistematizar la experiencia comunicativa y digital en la emisora universitaria UNIMINUTO Radio, desde la práctica profesional como estudiante de Comunicación Social  
- Periodismo

### Objetivos generales

- Analizar el objetivo de la estrategia de comunicación digital  
“Posicionando redes” planteada al inicio de la práctica profesional.
- Reflexionar sobre el comportamiento e impacto de la estrategia digital  
“Posicionando redes” en el desarrollo de la práctica.
- Retroalimentar los procesos que existen en UNIMINUTO Radio, dando cuenta de los aciertos y falencias que surgen al momento desarrollar una estrategia digital.

## Justificación

“Lo esencial de la “sistematización de experiencias” reside en que se trata de un proceso de reflexión e interpretación crítica sobre la práctica y desde la práctica” (Jara, 2010, p.1). Es entonces, la sistematización es un proceso el cual se puede cualificar el conocimiento que se obtuvo en la práctica de un proceso de aprendizaje, adicionalmente, es el primer paso para generar investigación en cualquier contexto. Por lo tanto, es importante identificar el proceso realizado en UNIMINUTO Radio a partir de noviembre de 2.018, y, de esta manera lograr resaltar las herramientas digitales comunicativas, como el uso de redes sociales, que hicieron parte del proceso desarrollado en la práctica profesional del programa Comunicación Social - Periodismo de la FCC de la Universidad Minuto de Dios, contribuyendo al desarrollo de nuevas estrategias de comunicación que permitan a la emisora universitaria mejorar sus habilidades digitales.

No hay que olvidar el momento en la historia por el que la humanidad atraviesa, en donde la digitalización de la información es cada vez más automática y las relaciones personales hacen su praxis en un espacio más allá del real denominado ciberespacio; "el universo de las redes numéricas como lugar de encuentros y de aventuras, meollo de conflictos mundiales, y la nueva frontera económica y cultural" (Levy, 2004, p.71.). Esto representa para el periodismo una transformación enorme para la cual UNIMINUTO Radio se comienza a preparar.

"Ni las agencias ni el Servicio Geológico de EEUU. Fue en Twitter donde en primer lugar se informó del terremoto que ha dejado más de 8.000 muertos en China. Con casi tres minutos de antelación, un usuario de este sitio de Internet ya advertía: "Terremoto, no estoy seguro de su magnitud. ¿Quizá cuatro?" (Rodríguez, S.

(12,05,2008). China tembló primero en Twitter. [Mensaje en un blog] Recuperado de <https://www.elmundo.es/elmundo/2008/05/12/catalejo/1210622213.html>.

Este fragmento de noticia publicada por el periódico El Mundo.es, en su sección de blogs, es un ejemplo de cómo la llegada del internet y las redes sociales como medio de divulgación de la información, han generado nuevas dinámicas al momento de informarse. Por eso, sistematizar el proceso vivido en UNIMINUTO Radio es importante, ya que permite que esta emisora universitaria conozca el avance al que llegaron los procesos digitales que se manejaron en el periodo de tiempo, noviembre 2.018 a mayo 2.019. Posibilitando el inicio de un camino para reconocer cómo se debe planear una estrategia de comunicación digital que habilite espacios de participación en las redes sociales, fundamentales hoy en día para el periodismo.

Por otro lado, al realizar esta sistematización también se muestra el resultado de la preparación académica del practicante en el ámbito profesional, pues, es el primer acercamiento laboral en el campo de la comunicación social y el periodismo, poniendo a prueba los aprendizajes obtenidos a lo largo de la carrera profesional en la Universidad Minuto de Dios.

Es pertinente y necesaria esta investigación para varios actores. Primero para la academia, pues permitirá evidenciar las falencias, virtudes y herramientas que la universidad Minuto de Dios ofrece a sus estudiantes en comunicación digital. Segundo, UNIMINUTO Radio podrá plantear, desde un proceso sistematizado, una estrategia digital que le permita cumplir su compromiso como emisora universitaria, que según Bernal (2002, p.125) es "cumplir tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística [...] promueve la cultura y la historia universal". Tercero, la sistematización le apuesta a ser una de las bases investigativas que permitirán que

la Red de Radios Universitarias de Colombia tengan un modelo a seguir para optimizar las herramientas digitales de otras radios universitarias en Colombia.

Por ende, la importancia de esta sistematización no es solo para el estudiante y su proceso de aprendizaje, ya que, como lo definió Sergio Martinic en 1984, "la sistematización es un proceso de reflexión que pretende ordenar u organizar lo que ha sido la marcha, los procesos, los resultados de un proyecto" (como se cita en Guía Metodológica de Sistematización, 2004), con el fin de poder retroalimentar dichos procesos y tener una base para futuros conocimientos sobre el tema sistematizado.

## Proceso de la práctica profesional

Para el desarrollo de las actividades dentro de UNIMINUTO Radio como practicante de Comunicación Social y Periodismo, el estudiante implementó una estrategia de comunicación digital con el fin de incrementar las visitas dentro la página web de la emisora, generando a su vez mayor lecturabilidad y alcance de las notas periodísticas que desde allí se generan diariamente.

Como fue mencionado anteriormente en este documento con un fragmento publicado por el periódico El Mundo, las dinámicas de acceso a la información fueron cambiando con la llegada de las redes sociales y el poco trabajado concepto de "web 3.0", quien según la Universidad ESAN, de Lima Perú, "convierte al Internet en un espacio donde crecen las comunidades sociales en la red, tanto en número como en nivel de complejidad" (EASAN. (2015). Web 3.0: diez características que te permitirán identificarla. 2020, de Universidad EASAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/05/web-3-diez-caracteristicas-que-te-permitiran-identificarla/>). Lo que quiere decir que, sus procesos de interacción dentro de la web, tanto con la información como con otros usuarios, son cada vez más complejos gracias a plataformas de redes sociales.

Entendiendo la complejidad que aborda la Internet en estos momentos, la estrategia "Posicionamiento de Redes" diseñada por el estudiante acoge tres principales redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter, usadas para potencializar el alcance de las notas, desde las diferentes herramientas que permite cada red social, ya que, como lo dice Teresa Ayala, académica de la universidad de Chile, "en esta sociedad tecnologizada surgen diversas herramientas digitales con fines comunicativos" (Teresa Ayala P.. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. Revista Austral de Ciencias Sociales, 23-48, 26). Es por eso que, estar a la vanguardia de los avances tecnológicos y manejar cada red social de manera

diferente, debido a sus distintos tipos de público y particularidades, generaron un aprovechamiento mejor de cada plataforma

Dicha estrategia que será mostrada a continuación, junto a su debido desarrollo, se dividirá por cada red social implementada; comenzando con Instagram, pasando por Facebook y terminando con lo que se logró hacer en Twitter, esto con el fin de tener claridad sobre el proceso diseñado y realizado durante los 6 meses de la práctica profesional con cada una de estas plataformas.

Instagram fue quizá la segunda plataforma de mayor utilización durante el desarrollo de la estrategia "Posicionamiento de Redes" que diseñó y ejecutó el estudiante durante su proceso de aprendizaje. Para esta red social se utilizaron recursos de imagen y video, base fundamental para el desarrollo del contenido. Además, se tuvo en cuenta particularidades como la restricción que tiene la aplicación para redirigir usuarios fuera de la plataforma, es decir que, desde el contenido publicado en Instragam no se podría aumentar las vistas de la página web principal de UNIMINUTO Radio.

Gracias a esta restricción, el objetivo primordial que se le dio a esta red social fue generar mayor interacción entre el contenido publicado y los seguidores de UNIMINUTO Radio en Instragam.

Pensar en la estrategia para esta red social en específico significó realizar contenido informativo de hecho noticioso acorde a esta red, imagen y video, que respondiera a unas dinámicas según el horario y lugar de publicación (perfil o historias).

En lo que corresponde al contenido publicado en el perfil, se manejaron dos publicaciones diarias, una antes de mediodía y una después, esto con el fin de lograr captar la atención de los usuarios que consumían la aplicación en ambas franjas horarias. En cambio,

para las historias, se decidió hacer de cinco a siete publicaciones al día con un espacio entre ellas de 2 horas, es decir: 10 am, 12 m, 2 pm etc.

Debido a la importancia que el contenido audiovisual tiene en esta plataforma, se desarrolló un trabajo en conjunto con el equipo de comunicadores visuales <sup>1</sup>de la emisora para el desarrollo de una gama de colores que fue manejado al momento de desarrollar la estrategia. Estos colores referenciaron el tipo de nota a publicar en esta red social, tanto para historias como para las publicaciones en el perfil. Además, esta paleta de colores le apostó a generar recordación entre el tipo de noticia y el color designado para la misma.

En la tabla 1 se muestra el color respectivo asignado a cada noticia, con el fin de que las publicaciones en Instagram tuvieran un color en específico que dependía del contenido noticioso. El diseño final de la publicación se puede observar en la figura 2. La asignación de los colores fue relevante para la organización de los artículos y su respectiva publicación.

Tabla 1

*Noticia y color correspondiente*

---

Tema	Color	Color de letra
Política	Amarillo	Blanco
Medio Ambiente	Verde	Blanco
Deportes	Azul	Blanco
Nacional	Blanco	Negro
Internacional	Rosado	Blanco
Salud	Verde	Blanco

---

<sup>1</sup> David Jiménez y Gineth Guaqurtarros

Bogotá	Negro	Blanco
E-sport	Azul aguamarina	Blanco
Seguridad	Rojo	Blanco
Cultura	Café	Blanco
Entretenimiento	Naranja	Blanco

Es necesario destacar que, la Tabla 1 fue creada teniendo en cuenta una paleta de colores que resumía un significado para cada color. En este trabajo se realizó un proceso de análisis para relacionar el contenido noticioso con el significado que la paleta de colores nos arrojaba. El diseño de la paleta colores se puede observar en la siguiente figura:



*Figura 1:* Paleta de colores que da a conocer el significado de cada color.

Luego de este proceso de interpretación de colores y noticias, se realizó la plantilla con la cual serían publicadas las historias diarias, como se muestra en la figura 2. Este diseño final, con el color en los extremos según el tipo de noticia, fue el encargado de protagonizar los hechos de coyuntura diaria en las historias de Instagram, durante los seis meses de práctica del estudiante.

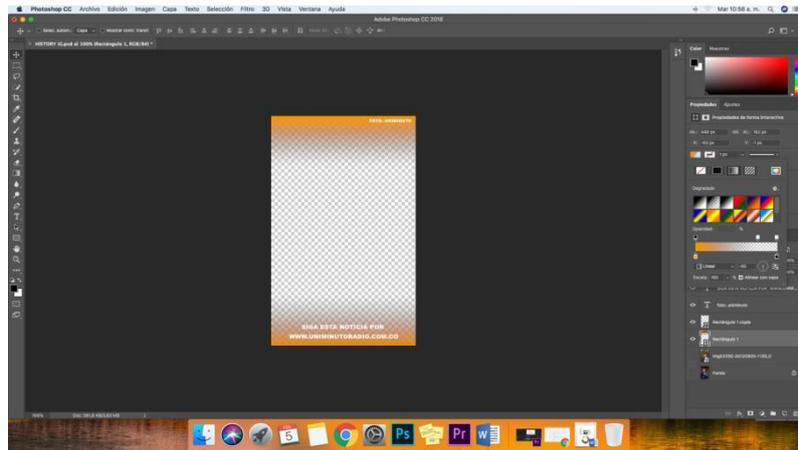


Figura 2: Plantilla final para historias de Instagram.

Es importante también mencionar el lenguaje corto y directo que se manejó con esta red social, el cual fue planteado y desarrollado con el fin de invitar a los seguidores a generar interacción con la plataforma. Estas interacciones se lograron, por ejemplo, a través de publicaciones en forma de pregunta, la importancia de saber qué opinaba el público sobre la noticia publicada generó dinámicas de respuesta que cumplieron con el objetivo de interacción entre los seguidores de UNIMINUTO Radio y el contenido allí publicado.

Como se evidenció con la primera red social, "se trata, en primer lugar, de un escenario que apunta a la interactividad de sus audiencias " (Ramos del Cano, 2016, p.225). La participación de sus audiencias con el contenido periodísticos a través de redes sociales, se convirtió en parte fundamental de un periodista y comunicador (Ramos del Cano, 2016). Es

por eso que, las redes sociales, y Facebook en particular, ahora son una herramienta fundamental para el desarrollo de la profesión.

En comparación con Instagram, Facebook, al igual que Twitter (de la que se hablará más adelante), sí permite redirigir a los usuarios a otros portales. Por ende, el objetivo que se planteó y desarrolló para esta red social fue aumentar la cantidad de visitas dentro de la página web [www.uniminutoradio.com.co](http://www.uniminutoradio.com.co), sin olvidar la interacción y debates sobre el contenido publicado dentro de la plataforma.

Facebook tiene una mayor cantidad de posibilidades y herramientas en comparación a cualquier otra red social que se encuentre en la web; permite publicar contenidos de forma escrita, videos, fotografías y gifs, herramientas que contribuyen al trabajo periodístico que desde UNIMINUTO Radio se realizaba. Por ende, dentro de la estrategia planteada y desarrollada, Facebook fue la apuesta principal en todo el proceso de la práctica.

Una de las distintas iniciativas que se desarrollaron a partir de la estrategia digital para esta red social fue la publicación de contenido noticioso en franjas horaria de 45 minutos; las notas debían ser publicadas en ese margen de tiempo, esto con el fin de incrementar la cantidad de contenido que desde Facebook se publicaba diariamente.

Por otro lado, la interactividad dentro de esta página también fue un asunto de importante relevancia para esta red social, debido a que Facebook maneja un algoritmo el cual indica que entre más interacción se tenga con una publicación, más tiempo durará en el inicio de los usuarios que siguen a UNIMINUTO Radio. A partir de entender este algoritmo, se tuvo en cuenta el lenguaje con el cual se realizarían dichas publicaciones, pensando principalmente en propiciar espacios de interacción y debate dentro de la plataforma.

Para lograr el efecto de mayor alcance, se debe entender que cada post es conformado por: título de nota, imagen y copy, como se muestra en la figura 3.



Figura 3: Publicación en Facebook de UNIMINUTO Radio

El texto que se ve al inicio de la publicación es el denominado copy, en el cual se buscaba un lenguaje que incentive la interacción; palabras y frases como "conozca", "encuentre aquí" o textos en forma de pregunta, fueron los planteados a manejar para cada post dentro de la estrategia. Luego evidenciamos la imagen, y, por último, el título de la nota. Con todo lo anterior, se buscaba una armonía entre dichos aspectos para que la publicación tuviera un buen alcance de usuarios, se compartiera y se ingresará a la nota, generando así un mayor número de visitantes en la página web de la emisora.

Además de esta forma de publicación, en esta red social se planteó el comienzo de la interacción por medio de Facebook Live, una herramienta para transmitir en directo y tener cercanía con el público. Dicho instrumento comenzó a usarse en los programas de radio que allí se transmitían como el informativo del medio día.

Siguiendo el hilo audiovisual, el estudiante también planteó la realización y publicación de un video semanal con las noticias más importantes de ese momento. Iniciativa que no fue posible realizar en el proceso de la práctica debido a la cantidad de trabajo que representaba y los pocos practicantes que allí se encontraban en el momento. Sin embargo, durante el proceso de la práctica se ajustó esta propuesta y se comenzó a publicar, de forma diaria, videos de los programas radiales que se ejercían, como, por ejemplo: "El vuelo del colibrí", un programa radial liderado por el profesor Fernando Gutiérrez y hecho por estudiantes, quienes enviaban la invitación al programa a través de Facebook (estos archivos audiovisuales eran realizados por los integrantes de los programas).

Para finalizar, Facebook permitió la incorporación de encuestas, flayers de los programas, especiales interactivos que no fueron planteados en la estrategia inicialmente, pero se fueron dando a medida que se realizaba la práctica profesional.

Por último, pero no menos importante, se trabajó con la red social Ttwitter. Para esta plataforma en específico, y luego de un par de capacitaciones sobre Marketing digital y redes sociales que realizó el estudiante antes de comenzar la práctica profesional, se planteó un cronograma de publicación parecido a Facebook; post cada 45 minutos, con la particularidad de manejar hashtags que visibilizarán las publicaciones dentro de la plataforma y la etiqueta a personajes o entidades que hicieran parte de la nota, por ejemplo:



Figura 4: Twitter de UNIMINUTO Radio

Estos factores fueron importantes al momento del desarrollo de la estrategia, ya que, eran los encargados de visibilizar el contenido, en un mar de publicaciones que tiene esta red social.

La gran apuesta para Twitter fue la publicación en tiempo real, a través de comentarios o citas, de los programas que salían al aire en la emisora virtual, es decir, informar qué sucedía en el programa que estaba al aire a través de esta plataforma.

Cabe destacar que, aunque no fue contemplado dentro de dicha estrategia el trabajo conjunto con otras facultades de la universidad o sedes de la misma, el buen desarrollo del trabajo de práctica y los resultados obtenidos debido al trabajo de equipo que se realizó desde UNIMINUTO Radio, resultó con la unión con otras facultades y sedes.

A medida que pasaba el tiempo de la práctica y la estrategia generaba resultados positivos, incrementando los visitantes en la página web, como se envía en los anexos 1 y 3. Para los meses de abril y marzo, finalizando el proceso del estudiante, se comenzó un acercamiento con otras facultades de la universidad, al igual que otras sedes. Dichos acercamientos dieron como resultado la incorporación de investigaciones y notas

periodísticas que serían publicadas desde ese momento en el portal web de UNIMINUTO Radio y divulgadas por medio de sus redes sociales.

Esta experiencia de acercamiento fue parte de los resultados cualitativos que indicaban que la estrategia en redes sociales dio resultados positivos. Además, las reuniones quincenales que se hacían con todo el equipo de redacción daban muestra de ello, arrojando resultados como los evidenciados en el anexo 1, los cuales eran obtenidos de Google Analytics e indicaban el número de visitantes en la página web al mes y el lugar de donde provenían; es decir si llegaban de manera orgánica buscando la nota en el buscador o redirigidos de alguna red social (Facebook o Twitter).

Con lo anterior, y luego explicar cómo fue abordada cada red social por separado dentro de la estrategia "Posicionamiento de Redes", es importante resaltar las dinámicas de trabajo encontradas luego del proceso de práctica profesional.

"Hoy en día la audiencia puede interactuar con los nuevos medios y el rastro que va dejando en la web a través de sus comentarios, búsquedas o publicaciones, pasando a formar parte del contenido mediático." (Herrero, 2011, p. 17.). A través del proceso de práctica profesional, el estudiante entendió a la perfección este apartado que indica cómo los escenarios de la comunicación se encuentran ahora inmersos en la esfera virtual y las redes sociales.

Primero que todo, se encuentran nuevas herramientas de trabajo observadas como necesarias para el desarrollo de la profesión periodística. Las redes sociales y sus complejos procedimientos tanto culturales como tecnológicos, se convierten en conocimientos fundamentales para el óptimo desarrollo de la práctica profesional del estudiante.

Por otro lado, se cuestionan los aprendizajes que la academia remarca en el pensum estudiantil de la facultad de Comunicación Social y Periodismo, ya que, muchos de los conocimientos sobre redes sociales, el estudiante no los aprendió en la universidad.

Luego de este proceso de seis meses, el estudiante reconoce al área digital como parte del espectro profesional de un comunicador-periodista del siglo XXI. Además, entiende dinámicas nuevas de trabajo e incorpora los conocimientos aprendidos en la academia con los empíricos, realizando un trabajo consiente de su profesión.

## **Reflexiones de la sistematización**

La sistematización de experiencias es un proceso importante que genera otros modos de aprendizajes, donde se entrega un análisis de los resultados, para que sin duda alguna, se pueda comprender la relevancia que tuvo el trabajo del estudiante en su proceso de práctica profesional. Para este caso, la sistematización pretende dar una serie de recomendaciones para futuras experiencias acordes a la comunicación digital, dentro de espacios como UNIMINUTO Radio.

Al sistematizar esta experiencia se aporta al proceso de formación de futuros profesionales de Comunicación Social y Periodismo de Uniminuto, al igual que enriquece las dinámicas de trabajo dentro de UNIMINUTO Radio.

### **Logros alcanzados.**

Durante el desarrollo de la práctica profesional en UNIMINUTO Radio, se logró la aplicación de la estrategia de comunicación digital planteada por el estudiante al inicio de su proceso, llegando a incrementar las visitas de lectores dentro de la página web, los seguidores en cada red social planteada (Instagram, Facebook y Twitter), al igual que su interacción y alcance. Además, también se nutrieron los procesos de aprendizaje dentro de la organización y los conocimientos del estudiante.

Gracias a la implementación y desarrollo de la estrategia de comunicación digital, se logró la creación de una comunidad virtual en dichas redes sociales. Una comunidad que respondió de manera satisfactoria a las metas planteadas desde un inicio; aumento de la interacción y visibilización de las notas. Además, se consiguió obtener un cronograma de publicación que hasta el momento se sigue manejando, notas cada 45 minutos o 1 hora.

Por otro lado, la gama de colores generó recordación dentro de los usuarios, quienes reconocían el tipo de noticia que era, con solo ver el color de la imagen publicada; medio ambiente, política, deportes, etc.

En Instagram se aumentó la interacción con usuarios a través de mensajes directos. La comunidad respondía de manera crítica las preguntas que se planteaban a través de esta red social, se convirtió en un portal de noticias que no solo servía para informar, también daba espacios para el debate y la interacción; resultado que se evidenció también con la red social Facebook.

Para quienes hacen parte de la emisora universitaria, el proceso de práctica del estudiante, y la implementación de la estrategia, sirvió indirectamente para crear un puente de comunicación efectiva dentro de los diferentes actores involucrados en la emisión de programas y creación de contenidos noticiosos. Este puente fue creado mediante la iniciativa de visibilizar a través de redes sociales los contenidos escritos, visuales y radiales de cada uno de los actores involucrados, ya que todos los programas estaban comprometidos con el contenido que saldría en dichas plataformas; flayers, videos o noticias.

También, hay que destacar el trabajo que se logró hacer uniendo a la comunidad Uniminuto de otras sedes a nivel nacional, exponiendo los contenidos periodísticos que desde allí se realizaban como lo evidencia el anexo 3 y 4, el cual da cuenta de una publicación hecha desde otra sede y replicada en el Facebook de UNIMINUTO Radio.

Además, haciendo un comparativo de un año atrás (octubre 2017 y mayo 2018) de la llegada del estudiante a realizar su práctica profesional en este espacio radial universitario (anexo 5 y 6), con el tiempo de realización de la práctica, los resultados que arroja Google Analytics evidencian el aumento de visitantes en la página web; pasando de más de 16.000 usuarios a 83.803 usuarios, provenientes de redes sociales.

## **Nuevas prácticas de aprendizaje**

Estas nuevas dinámicas de trabajo dentro de la emisora y su contenido virtual permitieron, al igual que el incremento de lectores, un aumento en las escuchas de la radio virtual, al igual que los podcasts de cada programa.

La llegada a nuevos usuarios también logró que la comunidad universitaria pudiera estar mejor informada sobre los eventos, reuniones o asuntos cruciales de la universidad; incrementando la participación de estudiantes y comunidad en general en espacios ajenos a la emisora. Lugares de encuentro creados desde las diferentes facultades de la universidad y divulgados por medio de las redes sociales de UNIMINUTO Radio.

Es necesario destacar que, más allá de lo que se logró con esta práctica profesional, se realizó una reflexión del vínculo que puede tener el periodismo y las redes sociales en tiempos como los de hoy; tecnológicos y con una globalización de la información, cada vez más rápida e instantánea.

El mundo con la llegada del Internet está en un constante cambio tecnológico, social, político y económico, y el periodismo no debe quedarse atrás en dichos avances. La estrategia de comunicación digital planteada evidenció la necesidad de involucrar redes sociales a las dinámicas periodísticas. Los aspectos de la vida social conocidos ya hacen parte del mundo digital, es por eso que el manejo de redes sociales y marketing digital, se convierte en parte del diario vivir de un periodista. Tan solo hay que observar las nuevas funciones delegadas a periodistas en otros medios, para darnos cuenta la importancia de lo digital en la carrera de Comunicación y Periodismo.

El papel de las redes sociales se convierte y se evidencia con esta sistematización que juega un papel importante al momento de divulgar la información. El aprovechamiento de estos recursos digitales no solo pone a la vanguardia a una emisora universitaria, también

refleja y da a conocer las investigaciones y los perfiles profesionales que desde la academia se están formando.

### **Para tener en cuenta a futuro**

La práctica profesional fue un proceso en donde se pudo evidenciar la puesta en escena de los conocimientos obtenidos desde la academia durante la formación en el área de Comunicación Social y Periodismo, siendo una gran herramienta para la producción y desarrollo de la estrategia digital y la práctica profesional en sí, partiendo desde la teoría conocida y redescubriendo en el camino nuevos espacios de conocimiento.

La práctica profesional desarrollada en UNIMINUTO Radio permitió descubrir las habilidades de comunicación digital que los estudiantes de periodismo aprenden durante su proceso de práctica profesional. Indicando que la academia debe tener en cuenta los procesos digitales actuales al momento de formar futuros profesionales de la comunicación, ya que son herramientas necesarias para el desempeño de funciones como periodista. Esta recomendación se hace a la academia debido a que el estudiante que desarrolló la práctica obtuvo los conocimientos de marketing digital y manejo de redes sociales a través de cursos externos al pensum académico. Conocimientos que fueron importantes al momento de creación y desarrollo de una estrategia digital para la comunicación a través de redes sociales.

Por otro lado, la emisora virtual debe tener en cuenta estas dinámicas de trabajo creadas luego de la práctica profesional, ya que le permitirá un manejo mejor de los contenidos que se crean desde este lugar. Esto involucraría un proceso de capacitación para nuevos practicantes, con el fin de que dichos estudiantes se encuentren en sintonía con el trabajo ya realizado y no se pierda en el camino.

## Conclusión

El desarrollo de la práctica profesional en UNIMINUTO Radio fue una experiencia de importante valor para el crecimiento personal y profesional del estudiante, desde allí, se fortalecieron los conocimientos aprendidos en la academia, al igual que, se visibilizó, en un ambiente laboral real, los retos a los que se enfrentaría el estudiante en su vida profesional.

La experiencia de planeación, redacción y desarrollo de una estrategia digital permitió, en la práctica, poner a prueba lo aprendido y reaprender en el camino, el conocimiento académico del estudiante.

Esta experiencia de práctica profesional ayudó a que al día de hoy (mayo 2020), un año después de haber finalizado el proceso de práctica, el estudiante se encuentre ejerciendo un cargo de periodista dentro de una editorial turística como lo es Ladevi Medios y Soluciones. Conocimientos que fueron pulidos en UNIMINUTO Radio se reflejan hoy en día en las funciones diarias del estudiante, como encargado de las redes sociales de cuatro revistas y la publicación de notas periodísticas para plataformas digitales e impresas.

Las dinámicas de trabajo con herramientas de marketing digital y redes sociales complementaron los procesos de formación académica, pues como se ha evidenciado en este documento, fueron la base del desarrollo de la práctica profesional.

Esta sistematización es el resultado de un trabajo de seis meses que hoy en día puede verse reflejado en las redes sociales de la emisora virtual y académica. Un proceso de recopilación de experiencias con el fin de dar a conocer la metodología desarrollada y los resultados obtenidos durante el proceso de práctica profesional. La importancia de este documento, aparte de evidenciar el conocimiento aprendido y desarrollado en un periodo de tiempo, refleja la importancia, en una era 4.0, de las redes sociales dentro del periodismo; los

retos a los que se enfrentan futuros comunicadores sociales y la profesión en sí, pues en un mundo digital con información a tan solo un click, el buen manejo de una estrategia digital puede marcar la diferencia al momento de mostrar el contenido comunicacional o periodístico.

## Referencias

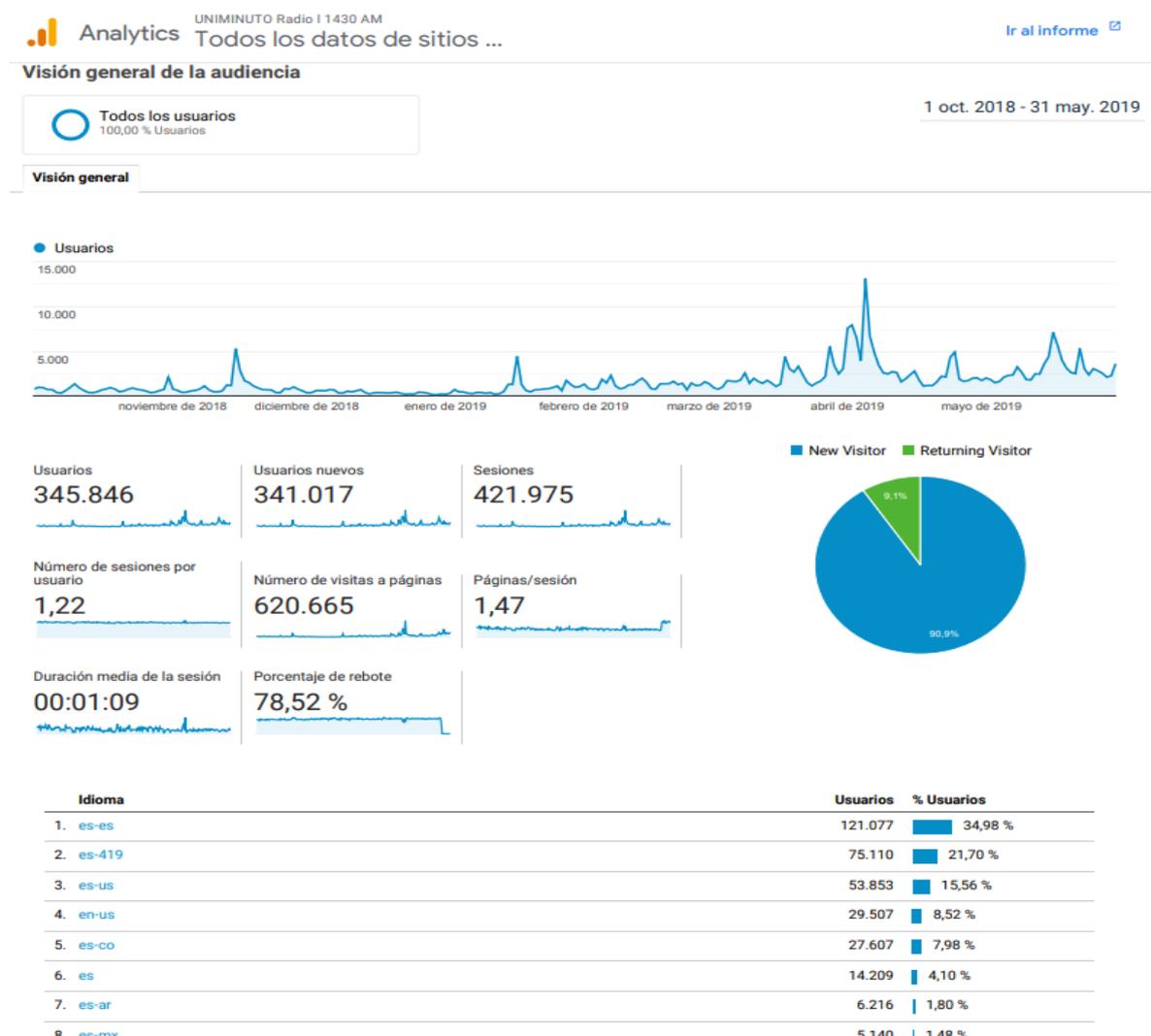
- Ayala P., Teresa (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, núm. 26, 2014, pp. 23-48. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45931862002>.
- Bernal, Patricia. (2002). *Comunicación para Construir lo Público*. Cap. 11 “Identidades y comunidades virtuales: redes de interacción”. Primera edición agosto.
- Herrero C., Eva (2011). El Periodismo en el Siglo de las Redes Sociales. *Revista Vivat Academia*, núm. 117, diciembre, 2011, pp. 1113-1128. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959075.pdf> .
- Jara O. (2010). La Sistematización de Experiencias: Aspectos Teóricos y Metodológicos. *Revista Matinal*. Recuperado de [http://www.cepalforja.org/sistem/documentos/ojara\\_entrevista\\_rmatinal.pdf](http://www.cepalforja.org/sistem/documentos/ojara_entrevista_rmatinal.pdf).
- Levy, P. (2004). El arte y la arquitectura del ciberespacio, estética de la inteligencia colectiva. En Organización Panamericana de la Salud. *Inteligencia Colectiva por una antropología del ciberespacio*. Washington, DC. ISBN.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2004). *Guía Metodológica de Sistematización*. Italia, Programa Especial para la Seguridad Alimentaria (PESA).
- Ramos F. (2016). *Radio y Redes Sociales. Nuevas Competencias y Estrategias de Interacción Entre la Audiencia y el Periodismo Radiofónico* (tesis doctoral inédita de grado). Universidad pública en Castellón de la Plana, España. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10803/392144>.

RADIOUNIVERSITARIA.org. Recuperado de <http://www.radiouniversitaria.org/web/>.

UNIMINUTORADIO.com.co. Recuperado de <https://www.uniminatoradio.com.co/nosotros/>.

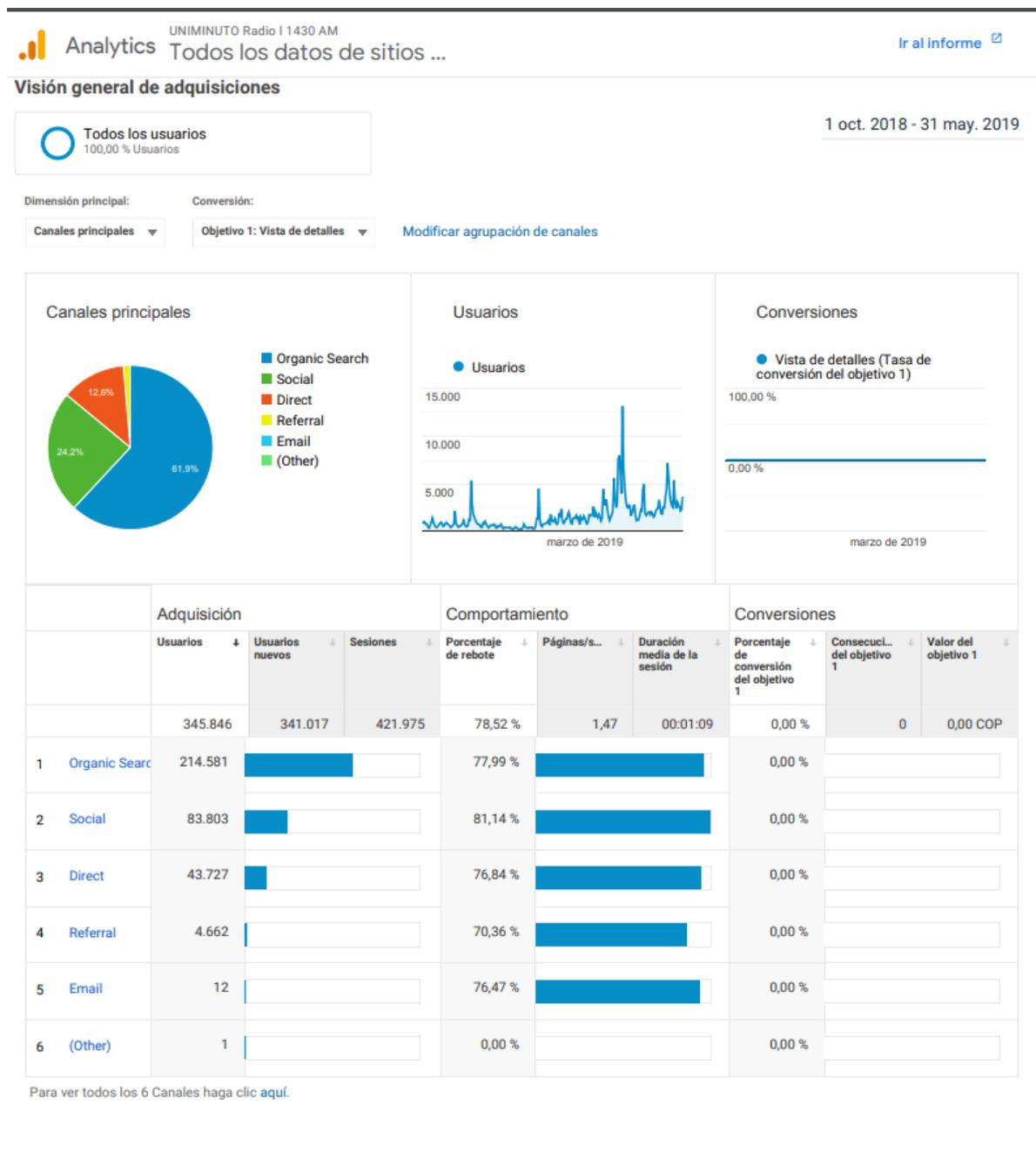
## ANEXOS

## Anexo 1: Resultados Google Analytics sobre la adquisición de audiencia en portal web UNIMINUTO.



En este anexo se evidencia la cantidad de usuarios nuevos que fueron obtenidos durante el proceso de la práctica profesional del estudiante, producto del desarrollo de la estrategia de comunicación digital "Posicionamiento de Redes".

**Anexo 2: Resultados de Google Analytics sobre de donde provenían los usuarios que visitaban el portal de UNIMINUTO Radio.**



**En este anexo se evidencia como de Redes sociales, denominado como Social, es la segunda forma de llegar al portal de UNIMINUTO Radio.**

### Anexo 3: Nota subida por UNIMINUTO Tolima al Portal de UNIMINUTO Radio



The screenshot shows the UNIMINUTO Radio website interface. At the top, there is a navigation menu with categories: DERECHOS HUMANOS, POLÍTICA, MEDIO AMBIENTE, EDUCACIÓN, CULTURA, MÁS TEMAS, EMISORAS, PROGRAMAS, and a search icon. Below the navigation is a red banner with the text 'ESCUCHA NUESTRAS EMISORAS: BOGOTÁ 1430 AM | TOLIMA 870 AM | SOACHA | MINUTO DE DIOS FM 107.9 FM'. The main content area is titled 'EDUCACIÓN' and includes a 'MÁS RECIENTES' dropdown menu.



Proyecto "Explorando Ando", potencializa el uso de las TIC  
UNIMINUTO Radio Tolima - 2 mayo, 2020



Estudiantes de Ibagué contarán con tabletas para aprender desde casa  
UNIMINUTO Radio Tolima - 24 abril, 2020



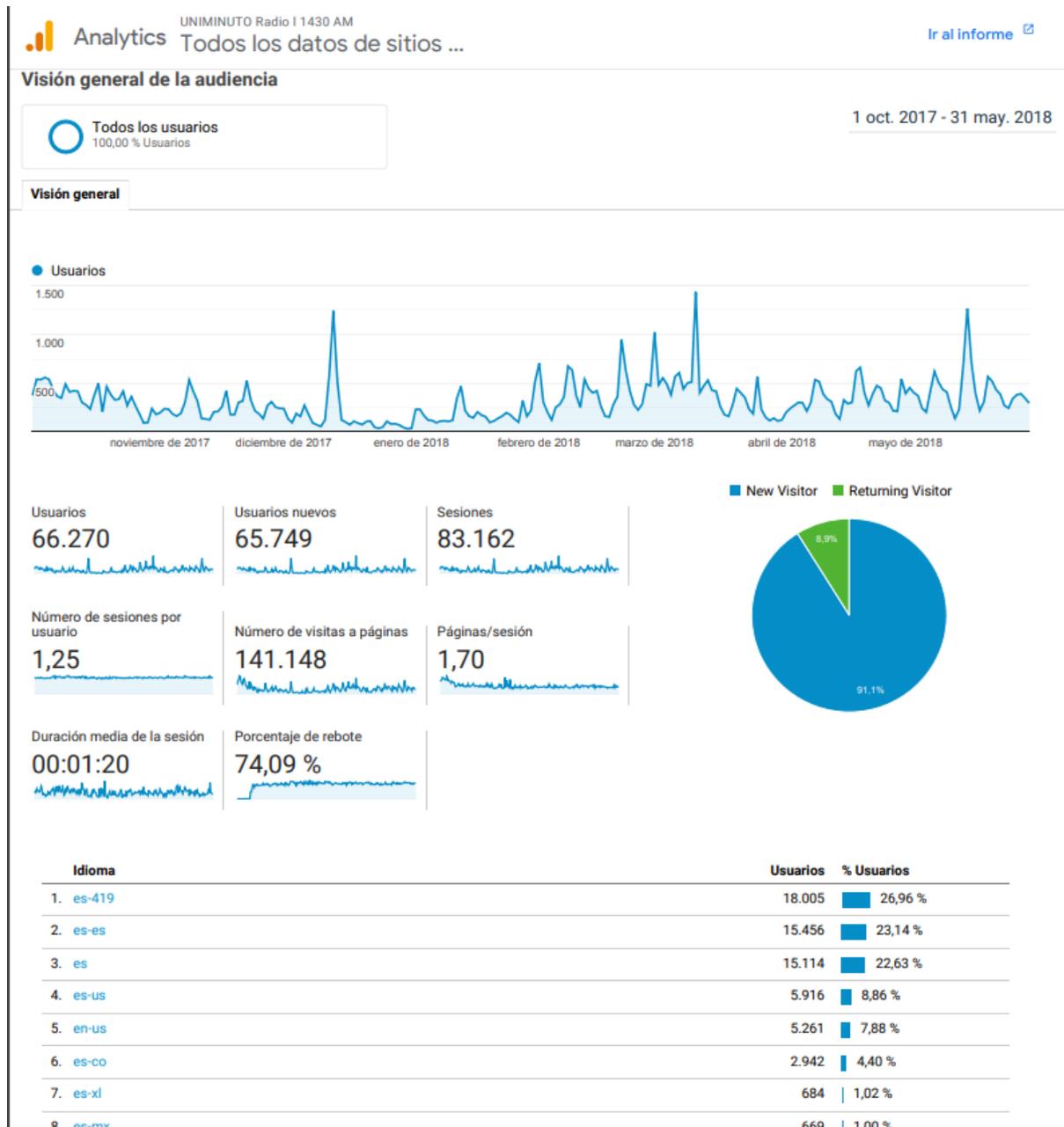
Desde sus casas, beneficiarios del PAE en Ibagué deberán actualizar datos  
UNIMINUTO Radio Tolima - 23 abril, 2020

### Anexo 4: Nota de UNIMINUTO Tolima divulgada en el Facebook de UNIMINUTO Radio



The screenshot shows a Facebook post from UNIMINUTO Radio. The post is dated '28 de abril a las 15:54' and includes a globe icon. The text of the post reads: 'Andrés Hurtado, Alcalde de Ibagué, anunció que la reapertura de los diferentes proyectos, se hará de manera controlada, para evitar el contagio del #coronavirus.' Below the text is a photograph of construction workers in orange safety vests and yellow hard hats working on a road construction site. The photo shows workers near a trench, with one worker using a small machine. The post includes the website 'UNIMINUTORADIO.COM.CO' and the headline 'Regresan a labores, sector de manufactura y de construcción en Ibagué'. At the bottom, there are 6 likes and three interaction buttons: 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'.

## Anexo 5: Comparativo periodo anterior de adquisición de usuarios nuevos al portal de UNIMINUTO Radio.



## Anexo 6: Comparativo periodo anterior de lugar de donde provenían los visitantes del portal de UNIMINUTO Radio.

