

**Diseño y elaboración de una revista virtual dirigida a los egresados del programa de
Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Zona
Amazonía Orinoquía**

John Alfonso Moreno Correa

Código 79700659

César Augusto Sánchez Rodríguez

Código 80240856

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD–
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades
Programa de Comunicación Social
Acacías-Meta
2018**

**Diseño y elaboración de una revista virtual dirigida a los egresados del programa de
Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Zona
Amazonía Orinoquía**

John Alfonso Moreno Correa

Código 79700659

César Augusto Sánchez Rodríguez

Código 80240856

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Comunicador Social.**

Director de Investigación

Dr. Ricardo Alberto Bedoya

Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD–

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

Acacías-Meta

2018

ÍNDICE

Resumen.....	7
Abstract	8
1. Planteamiento del problema.....	9
Descripción del problema	9
Formulación del problema	10
2. Justificación.....	11
3. Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos.....	13
4. Marco de referencia.....	14
Estado del arte	14
Bases teóricas	16
Los sistemas de comunicación de las universidades.....	16
Las revistas de egresados	18
Marco legal.....	19
5. Metodología	21
Tipo de investigación	21
Población y muestra	21
Instrumentos de recolección.....	21

6. Temáticas de interés de egresados del Programa de Comunicación Social CEAD	
ECSAH UNAD Acacías	22
7. Selección de los temas a tratar en el primer ejemplar de la revista virtual	33
8. Diseño de la revista virtual.....	35
Plataforma digital	37
Otros detalles Revista Graduati.....	37
9. Conclusiones	38
10. Recomendaciones.....	40
Referencias bibliográficas	41
Anexos	44
Anexo 1. Sondeo de opinión	45
Anexo 2. Fotografías preparación revista Graduati	49
Anexo 3. Páginas revista Graduati	54
Anexo 4. Enlace Revista Virtual.....	59

Lista de tablas

Tabla 1. Medio de comunicación efectivo para egresados de la UNAD Acacías	22
Tabla 2. Nombre que le gustaría para la revista virtual	23
Tabla 3. Secciones que debería tener esta publicación	24
Tabla 4. Temas le gustaría leer en la revista.....	24
Tabla 5. Creencia que esta revista ayudará a fortalecer los lazos entre la UNAD y los egresados	25
Tabla 6. Nivel de importancia que en esta revista se destaquen los logros de los egresados	27
Tabla 7. Periodicidad de la publicación.....	28
Tabla 8. Palabras relacionadas con un egresado unadista.....	28
Tabla 9. Frecuencia de compartir con amigos y familiares el contenido de esta revista.....	30
Tabla 10. Nivel de importancia que la UNAD mantenga vigente una publicación para egresados a largo plazo.....	31
Tabla 11. Frecuencia de monitoreo de los contenidos que ofrece la UNAD para los egresados a través de medios virtuales.....	32

Lista de figuras

Figura 1. Medio de comunicación efectivo para egresados de la UNAD Acacías	22
Figura 2. Nombre que le gustaría para la revista virtual	23
Figura 3. Secciones que debería tener esta publicación.....	24
Figura 4. Temas que le gustaría leer en la revista.....	25
Figura 5. Creencia que esta revista ayudará a fortalecer los lazos entre la UNAD y los egresados.....	26
Figura 6. Nivel de importancia que en esta revista se destaquen los logros de los egresados.....	27
Figura 7. Periodicidad de la publicación.....	28
Figura 8. Palabras relacionadas con un egresado unadista	29
Figura 9. Frecuencia de compartir con amigos y familiares el contenido de esta revista.....	30
Figura 10. Nivel de importancia que la UNAD mantenga vigente una publicación para egresados a largo plazo	31
Figura 11. Frecuencia de monitoreo de los contenidos que ofrece la UNAD para los egresados a través de medios virtuales	32
Figura 12. Portada de la revista.....	54
Figura 13. Editorial de la revista.....	55
Figura 14. Lista de colaboradores de la revista.....	56
Figura 15. Tabla de contenido de la revista	57
Figura 16. Última página de la revista virtual.....	58

Resumen

Se desarrolla una revista virtual con información pertinente para los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH).

Dicho medio virtual es instalado en una plataforma gratuita para fácil consulta de los exalumnos y funciona como una herramienta para promover el sentido de pertenencia entre los unadistas.

Para lograr este objetivo se aplica un cuestionario con 20 egresados de los municipios de Villavicencio y Acacías.

Si bien el CEAD Acacías se toma dentro del trabajo de investigación como punto de partida de este proyecto, el modelo de Graduati, como se denomina el producto periodístico, queda construido bajo el principio de universalidad, de tal manera que pueda ser fácilmente vinculante a otras áreas del saber dentro de la UNAD.

PALABRAS CLAVE: virtual, plataforma, consulta, revista, disciplina, egresado, educación, información.

Abstract

A virtual magazine with pertinent information is developed for the graduates of the Social Communication program of the School of Social Sciences, Arts and Humanities (ECSAH).

Said virtual medium is installed in a free platform for easy consultation of the alumni and works as a tool to promote the sense of belonging among the unadistas.

To achieve this goal, a questionnaire is applied with 20 graduates from the municipalities of Villavicencio and Acacías.

Although CEAD Acacías is taken into the research work as a starting point for this project, the Graduati model, as the journalistic product is called, is built on the principle of universality, in such a way that it can be easily linked to other areas of knowledge within the UNAD.

KEYWORDS: virtual, platform, consultation, journal, discipline, graduate, education, information.

1. Planteamiento del problema

Descripción del problema

Uno de los trascendentales retos planteados por las sociedades del mundo del siglo XXI es la formación de ciudadanos responsables, con la capacidad de participar activamente en la vida social de sus comunidades, así como en los procesos de toma de decisiones que contribuyan a mejorar no solo sus condiciones de vida sino también las de sus ciudadanos (Jaramillo, 2010).

Entre las instituciones sociales que se encuentran llamadas a ser protagonistas en la transformación social está la universidad (Luxán et al., 2014), no obstante, en la realidad social en Colombia es cada vez más preocupante, especialmente por la inseguridad en las calles, los niveles de desempleo, los problemas del sistema de salud, entre otros, lo cual demanda de profesionales con sentido social (Vélez, Escobar & Pico, 2013).

En respuesta a estos retos la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades (ECSAH) de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia busca desde los procesos de formación, proyección social e investigación ayudar a la construcción de sujetos sociales, que con actitud crítica, reflexiva y creativa interpretan la realidad y contribuyan a la transformación social, con criterio solidario e incluyente, siendo esta su misión institucional (Quinto, 2013); por lo cual oferta los programas de pregrado en Artes Visuales, Comunicación Social, Filosofía, Música, Psicología y Sociología, además de tres maestrías.

Durante los años de los programas de la ECSAH han egresado cantidad de profesionales y maestrantes, actualmente estos se encuentran laborando en diferentes ciudades y lugares de trabajo, debido a que su campo laboral es bastante amplio y su formación académica les permite interactuar con el ser humano sin discriminación, además de interactuar interdisciplinariamente en otras áreas.

En el momento, aunque se lleva un seguimiento al graduado de la ECSAH respecto a su campo laboral, su espíritu emprendedor, sus posteriores estudios, su satisfacción con el estudio recibido, su pertinencia con la UNAD, es necesario fortalecer espacios institucionales donde estos profesionales sean reconocidos por su labor, mediante herramientas adecuadas que incluyan elemento de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Existen otros mecanismos de divulgación informativa como periódicos o revistas impresas, la tecnología hoy ofrece una serie de beneficios difíciles de superar, por lo que es importante apropiarlos en la misión de dar reconocimiento a sus egresados.

Es de anotar que la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (2018-05-11) tiene dentro de su portal web un enlace dedicado a los egresados, enfocado a “mejorar su calidad de vida en el contexto profesional, personal y laboral” a través de tres líneas base: Apoyo Inserción Laboral, Vida Unadista y Observatorio de Egresados; sin embargo, este sitio limita el acceso a perfiles y acciones que hayan realizado los egresados de la ECSAH para la construcción de tejido social.

En este sentido, se plantea la necesidad de producir una revista virtual que permita resaltar las potencialidades del egresado de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades (ECSAH) de la UNAD frente a su aporte y liderazgo hacia la construcción de una mejor sociedad.

Formulación del problema

¿Cómo generar una revista virtual para egresados del programa de Comunicación Social ECSAH-UNAD Acacias?

2. Justificación

El desarrollo del presente estudio permite generar una revista virtual con contenido editorial que destaque las virtudes de los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades (ECSAH) y UNAD, buscando reconocimiento de los egresados entre ellos mismos, la comunidad unadista, la comunidad académica superior y todas las personas que accedan a la revista virtual, además de incentivar sentido de pertenencia de los egresados con la UNAD y la escuela que los formó.

Al respecto, la Universidad Nacional de Colombia (2011) reconoce la importancia que tiene el seguimiento y la comunicación con los egresados, pues contribuyen al fortalecimiento de la interacción comunicativa, incentivando el sentido de pertenencia, el afianzamiento de lazos y el orgullo de parte de los egresados ante su alma mater.

Con la elaboración del primer ejemplar de la revista virtual dirigida a los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Zona Amazonía Orinoquía, se espera dejar un recurso que siga siendo utilizado por la ECSAH para que alcance su máximo propósito de incentivo a los egresados de esta escuela; además puede servir de modelo para que se elaboren réplicas de esta revista con las otras escuelas de la UNAD.

Es de resaltar que la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) ha sido históricamente una de las instituciones más representativas en el modelo de educación virtual en Colombia (El Espectador, 2015) a tal punto que en el año 2015 le fue otorgado el Premio Internacional Star For Quality como reconocimiento a su calidad educativa, por lo que el diseño de la revista virtual se constituye en una herramienta que contribuya a continuar con la calidad educativa, pues no sólo se trata de formar profesionales sino darle seguimiento a sus egresados.

Hay que tener en cuenta que la ECSAH, tiene como visión ser reconocida en el mundo del conocimiento como la interlocutora necesaria por su calidad académica, instituida en la articulación de la formación, la investigación y la proyección social alrededor de los saberes sobre las condiciones y el acontecer de las realidades socio históricas (Quinto, 2013); por lo que la revista virtual facilita el alcance de esta visión, en la medida que motiva la proyección social de sus egresados al hacer profesionales como parte del desarrollo de la sociedad.

Es que el preparar profesionales es muy positivo para la sociedad, pero el darle seguimiento y reconocerlos por el trabajo bien hecho es más positivo, pues los egresados ganan reconocimiento ante su esfuerzo como profesionales, los estudiantes se motivan a alcanzar los proyectos académicos y laborales, y la UNAD reduce el índice de deserción escolar al motivar a estudiantes y egresados.

3. Objetivos

Objetivo General

Generar una revista virtual con contenido editorial que destaque a los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades (ECSAH) y UNAD.

Objetivos Específicos

Identificar las temáticas de interés por parte de los egresados del programa de Comunicación Social de la ECSAH del CEAD Acacias, para generar contenidos mediante un sondeo de opinión, con el fin de establecer el derrotero de secciones y páginas de la revista.

Seleccionar los contenidos del primer ejemplar de la revista virtual con el que se destaca a los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades.

Diseñar la revista virtual, asignando recursos gráficos novedosos y atractivos.

4. Marco de referencia

Estado del arte

En materia de diseño de revistas, en imprenta o virtuales, para el apoyo de las universidades ha sido un tema de varias investigaciones, por ejemplo en el plano internacional Toapanta (2015) lleva a cabo un estudio basado en la necesidad de socializar las actividades que realiza la Carrera de Artes Plásticas de la Universidad Técnica del Norte ante la comunidad, con el fin de visibilizar la contribución que esta profesión ofrece a la sociedad, esto como opción de proporcionar una alternativa de estudios a los recién egresados de la educación secundaria. Para ello desarrolló una investigación de tipo descriptiva, apoyándose en revisión bibliográfica, a través de la consulta de fuentes secundarias, al igual que realizando trabajo de campo a través de la aplicación de una encuesta dirigida a 13 docentes de la carrera de Artes Plásticas y sus 47 alumnos. El estudio para socializar la carrera en la comunidad se fundamentó en la elaboración de una propuesta de revista digital, accesible a todos los interesados, puesto que debe ser publicado electrónicamente, diseñado y elaborado por los propios estudiantes y lógicamente dirigidos por sus profesores de forma tal de asegurar un material de óptima calidad técnica y visual.

Por su parte Ruíz, Paz y Hernández (2018) a través de un estudio, y teniendo como objetivo identificar las necesidades de información de los usuarios potenciales, diseñan una publicación que mezcla las características los estudios multimedia y una revista científica electrónica para mostrar la investigación de la temática, lo cual logran mediante una investigación de tipo cuantitativa, utilizaron métodos y técnicas en los niveles teórico y empírico.

A su vez, Torres (2017) en su estudio plantea determinar el nivel de interés sobre el diseño de una revista ecológica en los alumnos de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil para impulsar el género periodístico ambiental en ese país. Consideran aplicar la metodología de enfoque mixto, con ayuda de los recursos histórico-lógico, analítico-sintético y de la técnica de la encuesta aplicada a los alumnos de sexto semestre de las tres jornadas del período 2016-2017. Como resultado obtiene la aceptación de la propuesta descrita, como una solución laboral lógica, académica y prometedora. El estudio al final ofrece una descripción del diseño de una revista ecológica mensual con temas ambientalistas, respetando la

estructura de alta calidad y con distribución y estrategia de marketing apoyada económicamente por anunciantes y auspiciadores en un 40 por ciento (Torres, 2017 p. 13-19).

En cambio, Fernández (2010) describe la política científica española que ha colocado en el primer plano el papel de las revistas académicas y la evaluación de su calidad. Con el objetivo de contribuir a este debate desde la comunicación. En su artículo, el autor propone algunos de los problemas de los índices que se utilizan como referencia de la calidad científica. Finalmente, plantean mejoras para estos indicadores y estrategias para un óptimo impacto de las revistas en Internet.

Gutiérrez & Vera (2016) investigan considerando que la Facultad de Educación, Artes y Humanidades de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, no cuenta con una revista digital que ayude a la promoción y difusión de los importantes procesos que se llevan a cabo en los diferentes períodos académicos, lo que genera una pérdida considerable de evidencias, trabajos académicos, investigativos y de inventiva que merecen ser exaltados por su amplio aporte a la facultad, para lo cual realizan una investigación descriptiva en la que identifican los requerimientos con relación a la creación de una revista digital, establecen los elementos gráficos y de multimedia para la elaboración de la revista y presentan el bosquejo de la revista digital en formato PDF.

Manrique & Pinilla (2016) orientan su estudio a diseñar la revista de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle, por ende, desarrollan una investigación descriptiva y exploratoria, apoyada en el enfoque cualitativo, tomando como muestra a 15 portales web que alojan revistas digitales, con el fin de revisar cada una de las características contenidos y estructuras. El diseño e implementación de esta revista abre las expectativas de enlace entre Universidad, Facultad y estudiantes a través de las herramientas digitales que la tecnología brinda a esta generación, lo cual converge en un uso productivo del internet como medio de difusión alterna y masiva de la vida universitaria de la comunidad La Sallista.

Así mismo Joya (2010) adelanta un estudio motivado en implementar un nuevo medio de comunicación creado para los egresados, estudiantes de últimos semestres de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga y empresarios de los diferentes campos profesionales a través de una revista en la que se determina que la característica más importante para un medio de comunicación es contar con un Proyecto Comunicativo que defina la

caracterización y propósitos con los que va a continuar la publicación, como público objetivo, temática, estructura, secciones, periodicidad, participación de los diferentes redactores, procedimiento para la redacción y publicación, para que la metodología sea acorde a la planeación estratégica y genere una identidad al mantener un mismo estilo.

Bases teóricas

Los sistemas de comunicación de las universidades

La comunicación es el centro y el motor de todas las actividades humanas. La sociedad misma y las relaciones que ella establece con el ambiente, los otros seres vivos, e incluso las cosas, están mediadas por procesos comunicativos. El mundo cultural en el que nos movemos (nuestras creencias, sistema económico y manera de vivir) ha sido construido, compartido y sostenido a través del lenguaje, base de la comunicación (Van Dijk, 2005).

Por su carácter humano, la comunicación se diferencia de la información ya que la segunda tiene una sola vía que es la transmisión, emisión y recepción de conocimientos estructurados (Bartoli, 1991), mientras que la primera implica el sentido más humano: intercambio de información con el fin de cambiar el comportamiento de otro y evaluar el intercambio en diversas vías, dobles sentidos y connotaciones. En definitiva, en la información únicamente participa el emisor mientras que en la comunicación intervienen relaciones interactivas entre emisor, receptor y contexto (Joffre y Koenig, 1985).

Es así que, en el seno de la sociedad y en sus instituciones (la familia, la educación, las organizaciones, entre otras), la comunicación forja un sistema de relaciones formales e informales, jerarquías, roles y códigos. Se entiende sistema como “un conjunto de componentes unidos entre sí que están vinculados a un entorno. El sistema se adapta y evoluciona modificándose”; y organización como “un grupo organizado de seres humanos que tienen un fin o buscan alcanzar determinado objetivo, formal o informal: se distribuyen roles y tareas, autoridad y poder, y establece un sistema de comunicación y coordinación, y criterios de evaluación” (Bartoli, 1991; p. 18-19).

En este orden de ideas, las diversas organizaciones como lo son empresas, cooperativas, universidades, entre otros, deberían basar sus actividades en un plan de comunicaciones, pues en ellas, además de la faceta informacional, se presenta obviamente la comunicacional. La empresa

es en realidad un conjunto heterogéneo de micro culturas que no se puede dirigir de manera uniforme y sumaria. La empresa debería establecer estrategias de comunicación que tengan en cuenta aspectos formales, informales, la incertidumbre y la posibilidad de cambio (Hennessey, 2003).

Los adelantos de las ciencias de la administración y de la comunicación han permitido integrar de manera sistémica los diferentes escenarios en los que actúan las organizaciones y/o empresas. Esta idea confirma que la comunicación es la médula espinal de la organización, más allá de una herramienta o estrategia, constituye el principal motor de las transformaciones que se dan al interior y exterior de ella.

En la medida que, la comunicación es considerada centro de la organización, sin una estrategia de comunicación bien articulada “las empresas abren espacio para el fracaso” (Páez & Fuenmayor, 2005), circunstancia que se agudiza en la sociedad del conocimiento, marcada por la globalización en los ámbitos económico, social y político (Páez & Fuenmayor, 2005). En este sentido, se deben administrar las empresas a la luz de la Racionalidad Comunicativa que, en oposición a la visión instrumentalista de la información que han asumido algunas empresas, ve la interacción humana, la expresión de intimidad en la reciprocidad con el otro, como un capital intelectual, fuente de riqueza, dentro de las empresas.

Debido a que es un lugar privilegiado de procesamiento e intercambio de datos y relaciones, la empresa se sitúa en el centro de la evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), de las nuevas teorías y prácticas, de la informática y de la telemática, entre otros fenómenos. Por esta razón, sufre constantemente de problemas de relaciones interpersonales: entre empleados y directivos; personal y clientes; en el seno mismo de los servicios. Se hace necesario entonces, que desde el plano político y administrativo determine, sin ignorar la comunicación informal que dentro de ella misma se da, sus lineamientos: tener claro qué tipo de información recibe y emite al exterior y al interior, que herramientas usa y hacia qué público. En últimas, la organización debe identificar sus parámetros para, de allí, establecer las estrategias comunicativas. “Las empresas saben que sus unidades de trabajo implican la definición de circuitos de comunicación, interna y externa, esto es, la organización depende de la comunicación”. (Bartoli, 1991; p. 14-15).

Dentro del proceso constitutivo de una comunidad educativa está la comunicación, que es necesaria para que esta sea democrática e incluyente y pueda entablar los mayores canales de

diálogo posibles para la reflexión de la vida escolar, de sus problemáticas y del conocimiento de las perspectivas de cada actor del proceso académico, buscando así entre otras cosas el reconocimiento mutuo, la resolución de conflictos a través de la expresión oral canalizada mediante muchos medios apropiados que sean participativos e incluyentes. (Colegio SaludCoop Norte I.E.D, 2014).

En este sentido, se hace necesario para las universidades, y por extensión para todas las organizaciones identificar, y tomar conciencia, de los sistemas de relación externos e internos para establecer políticas hacia los sistemas de información, plan de comunicaciones, soportes, volumen, calidad y transmisión. La universidad debe disponer de un sistema relacional que asegure el diálogo abierto y argumentado entre los miembros y partes empresariales, lo cual exige la presencia de un lenguaje común que sirva de nexo expositivo y de espacio de encuentro entre las posiciones. “De este modo, la generación de conocimiento compartido se presenta de manera acomodada a las necesidades de la organización, de acuerdo a una correcta intervención sinérgica” (Hennessey, 2003).

Así, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) debe: forjar en su imagen externa e interna el carácter único que le otorga su filosofía y que se manifiesta en los mensajes y en la simbología (imagen), esto es, crear identidad; fomentar procedimientos para renovar sus estructuras periódicamente; fomentar una visión común por parte de todos los miembros de la organización; priorizar el factor humano.

Sobre todo, tener claros los dispositivos de comunicación a utilizar: publicaciones internas, al medio externo; indicadores de control; sondeos de opinión dentro de las empresas; estrategias de marca, políticas de medios de comunicación, procesos de administración de la información (Marañón, Bauzá & Bello, 2006).

Las revistas de egresados

El hombre siempre ha tenido la necesidad de transmitir a sus semejantes conocimientos, ideas, noticias, etc. La forma inicial de transmitir la información a los demás fue mediante gestos. Después, durante mucho tiempo, el hombre logra comunicarse empleando la palabra. De manera oral logra entenderse con los demás y se entera de lo que sucedía a su alrededor.

Posteriormente, las sociedades más avanzadas incorporan la comunicación escrita. En la actualidad la prensa se convierte en el registro más importante de este tipo de información. La introducción de la prensa en el aula es uno de los principales objetivos de las programaciones escolares, pues a través de ella se puede conocer y analizar la realidad social, política, económica, cultural, deportiva y demás.

Dentro de este ámbito, una de las actividades de aprendizaje más interesantes que se puede realizar es la elaboración de una revista escolar, pues supone estímulo para el alumnado, que la acaba valorando como algo propio al ver plasmado en papel el esfuerzo realizado en su elaboración. (Cpraviles, 2014)

Marco legal

Este estudio se afianzó en la Constitución Política de Colombia, especialmente los artículos 26, 67 y 69, pues el primero aduce a la libertad de la persona para escoger su profesión u oficio; el segundo es el desarrollo fundamental a la educación; y el tercero reconoce la autonomía universitaria (Comisión Nacional Constituyente, 1991).

Además, la Ley 30 de 1992, Ley de Educación Superior, define los principios, objetivos, campos de acción y programas académicos; se definen las características de las instituciones de educación superior y su autonomía y la creación del Sistema Nacional de Acreditación para las instituciones de Educación Superior (Congreso de la República de Colombia, 1992).

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia, dentro de su Acuerdo No. 015 del 30 de octubre de 2007, reglamenta las interacciones de apoyo y consolidación del estamento de egresados. Concretamente en su capítulo II. De la organización de los egresados, art. 3, se lee que la UNAD los apoya actualizando permanentemente la base de datos y el observatorio laboral (UNAD, 2007).

Los centros de educación superior están en la obligación de medir y evaluar los logros profesionales y posicionamiento de sus egresados en el mercado laboral y dar cuenta de ello a los entes gubernamentales como el Observatorio Laboral del Ministerio de Educación y al Consejo Nacional de Acreditación (CNA).

El Sistema Nacional de Acreditación de Colombia fue creado por la Ley 30 de 1992 con el objetivo fundamental de garantizar a la sociedad que las instituciones que hacen parte del Sistema cumplen los más altos requisitos de calidad y realizan sus propósitos y objetivos. La

Acreditación es un testimonio que da el Estado sobre la calidad de un programa o institución con base en un proceso previo de evaluación en el cual intervienen la institución, las comunidades académicas y el Consejo Nacional de Acreditación

El Observatorio es un Sistema de Información que brinda herramientas valiosas para analizar la pertinencia de la educación a partir del seguimiento a los graduados y su empleabilidad en el mercado laboral, contribuyendo de esta forma al mejoramiento de la calidad de los programas académicos ofrecidos.

5. Metodología

Tipo de investigación

Por sus características, el estudio se inscribe dentro del enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo), ya que en la primera fase de la investigación se recopilan datos a los que se les atribuye un tratamiento estadístico; con estos hallazgos se diseña y elabora el primer ejemplar de la revista virtual dirigida a los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Zona Amazonía Orinoquía.

Además, se adelantó una investigación de tipo descriptiva, considerando que según Hernández-Sampieri; Collado, y Batista (2010) este tipo de investigación “únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren” (p. 237).

Población y muestra

Como población se considera a los egresados del Programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Zona Amazonía Orinoquía de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Por lo tanto, la muestra fue determinada, eligiendo a 20 de los 24 egresados, a quienes se les aplicó el ‘Instrumento Técnico de Recolección de Información’.

Instrumentos de recolección

Para recopilar la información se utilizó un cuestionario como principal instrumento, aplicado a modo de sondeo de opinión, el cual consiste en preguntas cerradas, formuladas a recabar información concreta sobre las necesidades y características de la revista a diseñar.

6. Temáticas de interés de egresados del Programa de Comunicación Social CEAD ECSAH UNAD Acacías

Para determinar las temáticas de interés por parte de los egresados del Programa de Comunicación Social CEAD ECSAH UNAD Acacías para diseñar y elaborar la revista virtual se prepara un cuestionario aplicado mediante la técnica del sondeo de opinión, encontrando lo siguiente:

Tabla 1. Medio de comunicación efectivo para egresados de la UNAD Acacías

Opción	f	%
a. Periódico virtual	0	0
b. Revista virtual	15	75
c. Periódico impreso	2	10
d. Revista impresa	0	0
e. Fan page	3	15
f. Blog	0	0
g. Otro	0	0
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

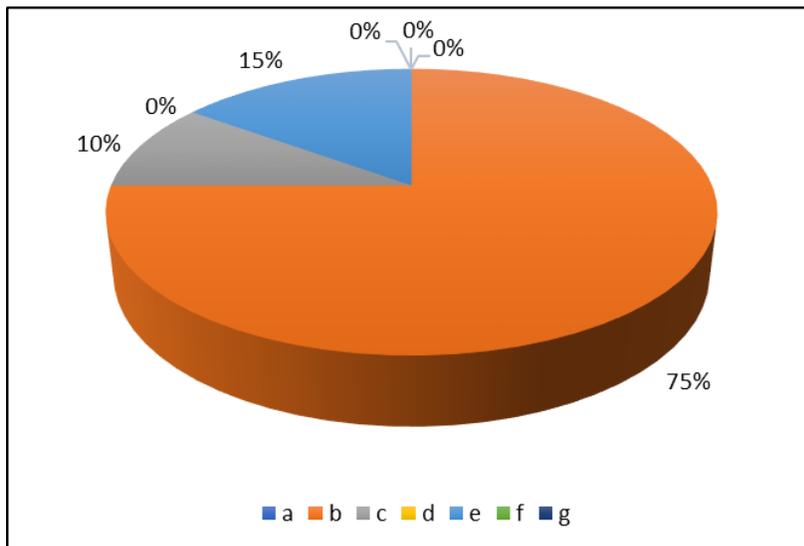


Figura 1. Medio de comunicación efectivo para egresados de la UNAD Acacías

Fuente: El sondeo.

Como se observa en la tabla 1 y la figura 1, la mayoría de los egresados del Programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH) de la Zona Amazonía Orinoquía participantes del estudio consideran que la revista virtual es el medio de comunicación efectivo para egresados de la UNAD Acacías (75%), la población restante cree que la fan page en la red social Facebook (15%) o el periódico impreso (10%) son los medios más efectivos para este fin. Es por ello que el grupo investigador toma la decisión de diseñar y elaborar una revista virtual dirigida con temas que le atañen a los egresados de la ECSAH.

Tabla 2. Nombre que le gustaría para la revista virtual

Opción	f	%
a. Palabra Unad	2	10
b. Graduati	17	85
c. El egresado	1	5
d. Otro	0	0
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

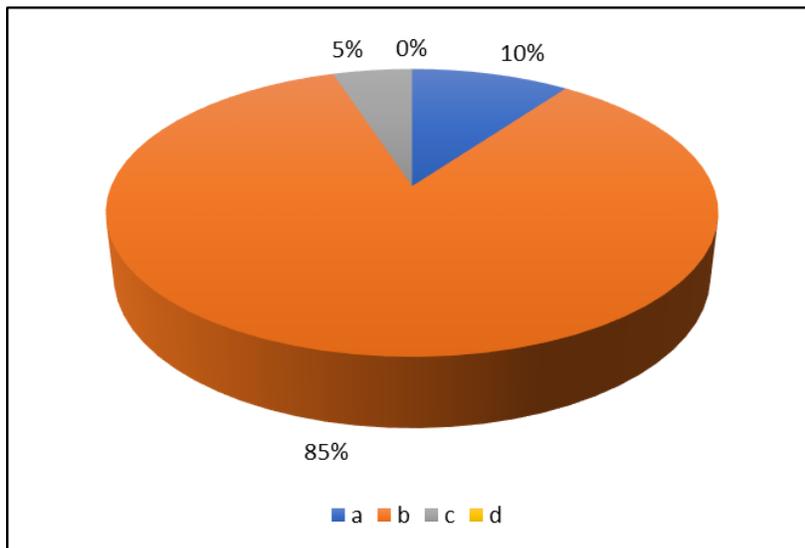


Figura 2. Nombre que le gustaría para la revista virtual

Fuente: El sondeo.

Igualmente, se pone a consideración una serie de nombres con los cuales se denomina la revista virtual en estudio, por lo cual se evidencia que el 85% de los egresados participantes en el sondeo determinan que la revista debe llamarse “Graduati”, nombre que se asumió en la elaboración de la misma.

Tabla 3. Secciones que debería tener esta publicación

Opción	f
a. Egresados destacados	19
b. Opinión	8
c. Actualidad	11
Total	38

Fuente: El sondeo.

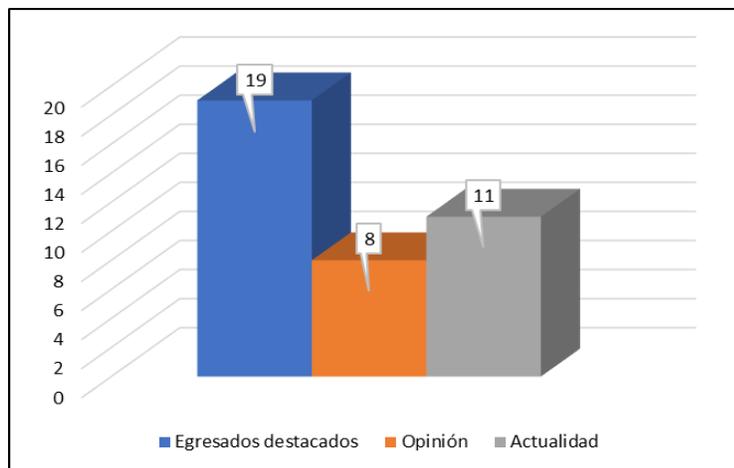


Figura 3. Secciones que debería tener esta publicación

Fuente: El sondeo.

De igual forma, en el sondeo se les presenta a los egresados 16 opciones sobre la sección que debe tener la revista virtual, para que ellos elijan máximo las tres que creen más conveniente, aunque todos coinciden en señalar solo tres de ellas: Egresados destacados (19 veces elegida), Actualidad (11 veces elegida) y Opinión (8 veces elegida) (ver tabla 3 y figura 3).

Tabla 4. Temas le gustaría leer en la revista

Opción	f
a. La UNAD y el posconflicto	14
b. Capital humano de egresados	0
c. Aporte de la UNAD al progreso del Meta	17
d. Emprendimiento unadista	18
e. Por qué seguir estudiando	0
f. Beneficios del egresado unadista	0
Total	49

Fuente: El sondeo.

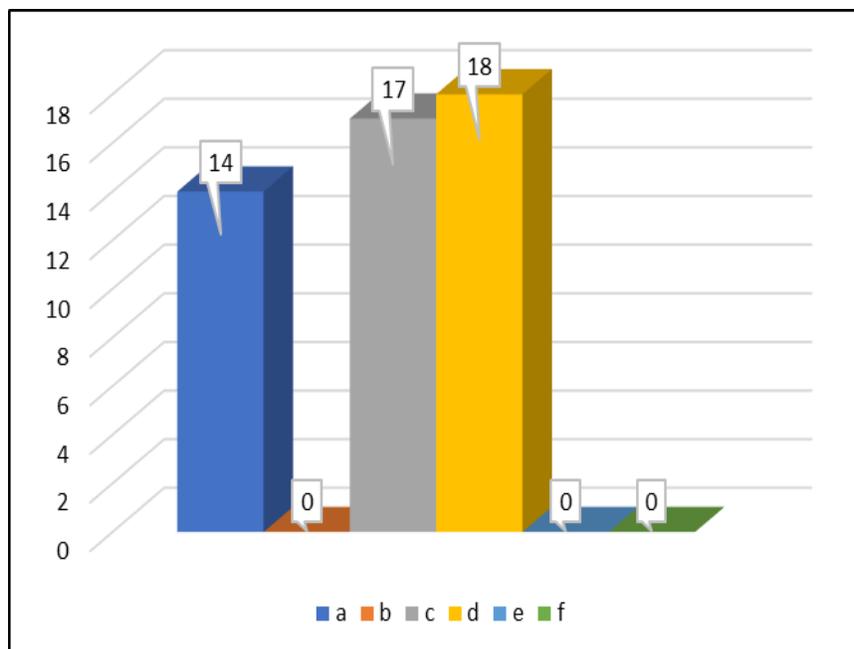


Figura 4. Temas le gustaría leer en la revista

Fuente: El sondeo.

Así mismo, en el sondeo se quieren saber los temas que los egresados participantes desean leer en la revista Graduati, pues a ellos está dirigida la publicación, por lo cual se puede establecer que, pese a que se plantean seis temas, los egresados eligen tres, son estos en su orden: Emprendimiento Unadista (18), Aporte de la UNAD al progreso del Meta (17) y la UNAD y el postconflicto (14), por ende estos son los temas tenidos en cuenta para redactar el primer ejemplar de Graduati (ver tabla 4 y figura 4).

Tabla 5. Creencia que esta revista ayudará a fortalecer los lazos entre la UNAD y los egresados

Opción	f	%
a. Totalmente de acuerdo	6	30
b. De acuerdo	14	70
c. Indeciso	0	0
d. En desacuerdo	0	0
e. Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

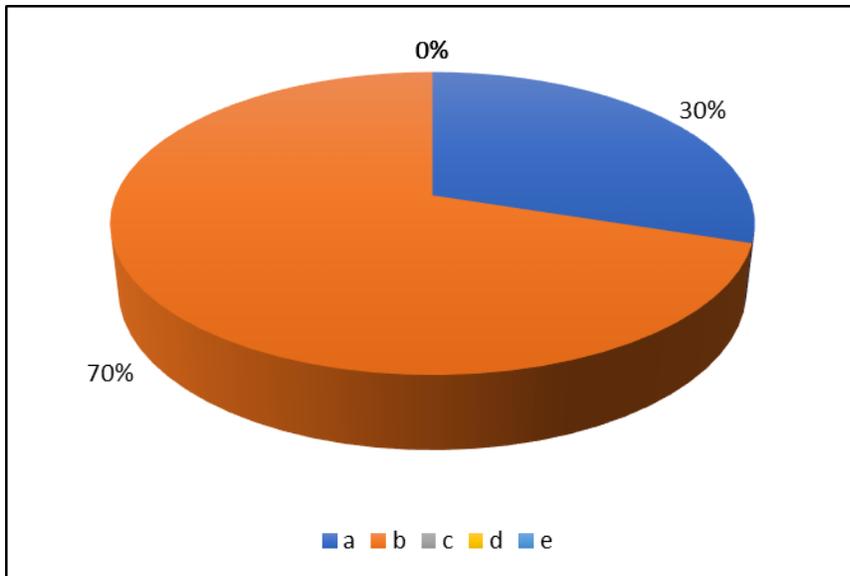


Figura 5. Creencia que esta revista ayudará a fortalecer los lazos entre la UNAD y los egresados

Fuente: El sondeo.

Por su parte, en la tabla 5 y la figura 5 se observa que el 70% de los egresados que participaron del sondeo de opinión manifiestan estar de acuerdo con creer que esta revista ayuda a fortalecer los lazos entre la UNAD y los egresados y el 30% está totalmente de acuerdo, por lo que se estima que Graduatí mitigar la problemática evidenciada al inicio del presente estudio, haciendo más visible al comunicador social egresado de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Zona Amazonía Orinoquía, desde un espacio institucional, lo cual puede motivar no solo al actual titulado, sino también a los estudiantes o aspirantes a formarse en la UNAD.

Tabla 6. Nivel de importancia que en esta revista se destaquen los logros de los egresados

Opción	f	%
a. Sin importancia	0	0
b. De poca importancia	0	0
c. Moderadamente importante	3	15
d. Importante	10	50
e. Muy importante	5	25
f. No sabe / No responde	2	10
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

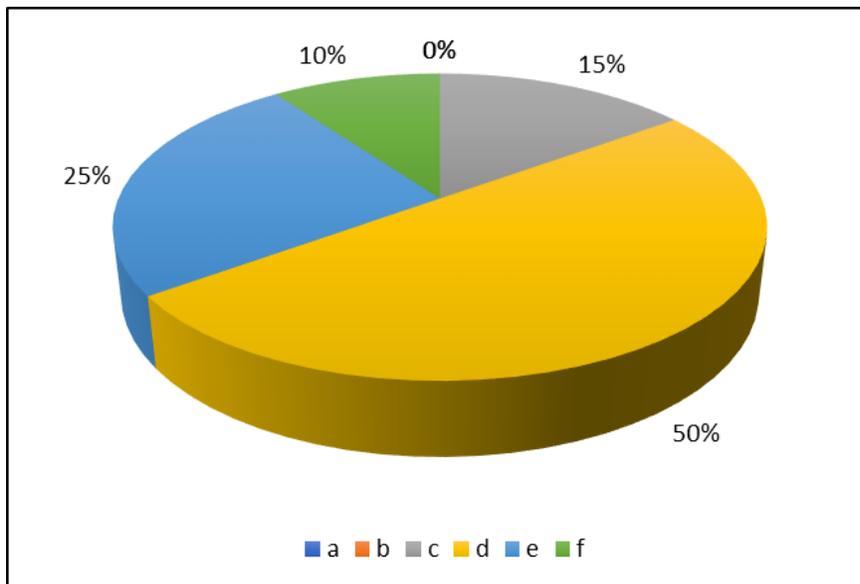


Figura 6. Nivel de importancia que en esta revista se destaquen los logros de los egresados

Fuente: El sondeo.

Al consultar sobre el nivel de importancia que los egresados consideran debe tener esta revista para destacar los logros del personal titulado en la “ECSAH” de la Zona Amazonía Orinoquí de la UNAD, la mitad de ellos lo ve como importante, el 25% lo considera muy importante, el 15% lo califica como moderadamente importante.

Por lo anterior se puede inferir que la mayoría de los egresados participantes del presente estudio considera como “importante” o “muy importante” que en Graduati se destaquen los logros de esta población.

Tabla 7. Periodicidad de la publicación

Opción	f	%
a. Mensual	16	80
b. Bimestral	4	20
c. Trimestral	0	0
d. Semestral	0	0
e. Anual	0	0
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

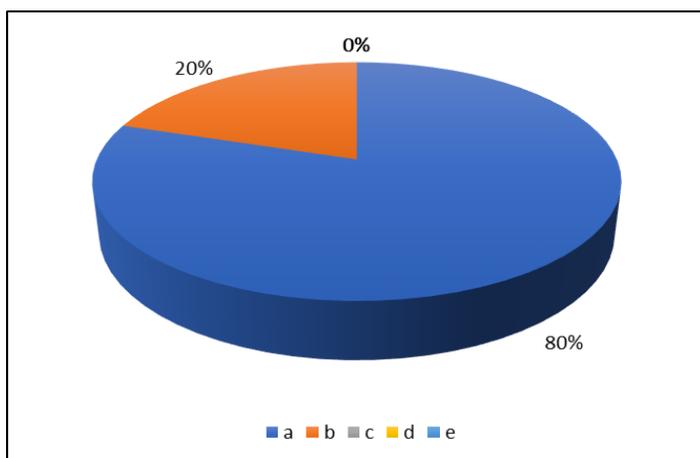


Figura 7. Periodicidad de la publicación

Fuente: El sondeo.

En relación al periodo de publicación de la revista Graduati la mayoría de los egresados consideran oportuno que la revista virtual sea publicada mensualmente (80%), aunque el 20% cree que es mejor cada dos meses, por lo menos así lo expresan los resultados plasmados en la tabla 7 y figura 7; no obstante, esta opinión solamente puede ser considerada en caso de que la UNAD le dé continuidad a Graduati.

Tabla 8. Palabras relacionadas con un egresado unadista

Opción	f
a. Disciplina	20
b. Ansiedad	0
c. Innovación	16
d. Frustración	5

e. Liderazgo	20
f. Ambición	20
g. Trabajo en equipo	20
h. Decepción	4
i. Enojo	4
j. Constancia	16
k. Autoaprendizaje	15
l. Empoderamiento	20
m. Deserción	0
n. Superación	20
o. Concentración	20
Total	200

Fuente: El sondeo.

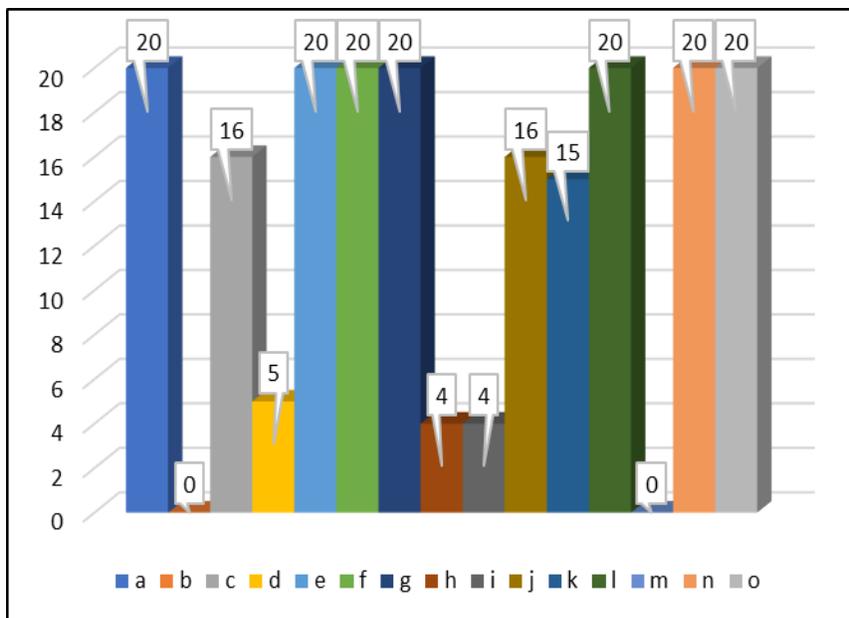


Figura 8. Palabras relacionadas con un egresado unadista

Fuente: El sondeo.

Por otra parte, se solicita a los participantes del sondeo que de un listado de 16 palabras escojan 10 que a su parecer se relacionan con un egresado Unadista, siendo las más elegidas: disciplina, innovación, liderazgo, ambición, trabajo en equipo, constancia, autoaprendizaje, empoderamiento, superación y concentración.

Estos vocablos son importantes, pues son los conceptos que la revista virtual debe reflejar en cada uno de los sus artículos, para que de esta forma sea presentado el egresado de la ECSAH de la Zona Amazonía Orinoquía de la UNAD.

Tabla 9. Frecuencia de compartir con amigos y familiares el contenido de esta revista

Opción	f	%
a. Muy frecuentemente	1	5
b. Frecuentemente	15	75
c. Ocasionalmente	4	20
d. Raramente	0	0
e. Nunca	0	0
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

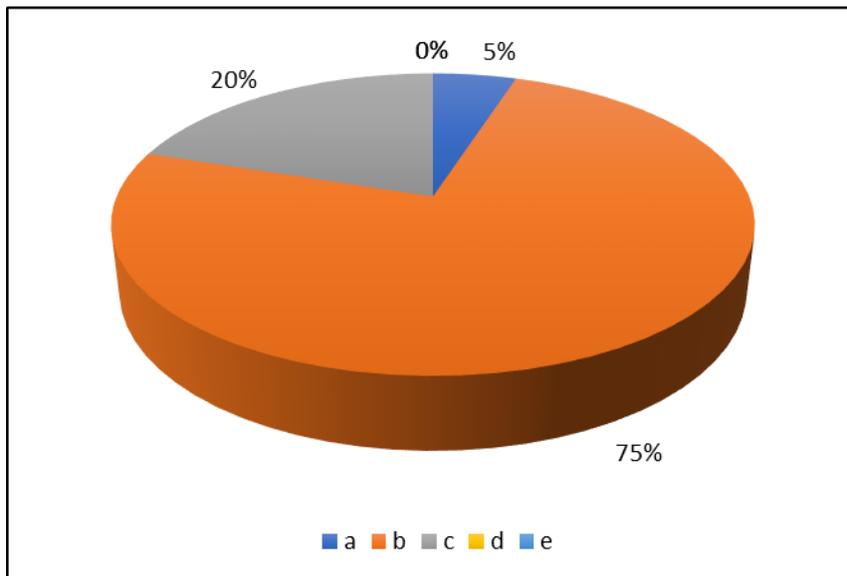


Figura 9. Frecuencia de compartir con amigos y familiares el contenido de esta revista

Fuente: El sondeo.

De otro lado, considerando que uno de los objetivos del presente estudio es diseñar el primer ejemplar de la revista virtual, se les consultó a los egresados sobre la intención de frecuencia de compartir con amigos y familiares el contenido de esta revista, encontrando que el 75% lo haría frecuentemente, el 20% ocasionalmente y el 5% muy frecuentemente (ver tabla 9 y figura 9).

Estos resultados permiten identificar que la revista no sólo la leerán los egresados de la ECSAH de la Zona Amazonía Orinoquía de la UNAD, sino que por lo menos tres cuartas partes

de la población en estudio la compartirán con personas ajenas a los titulados, mejorando el nivel de consulta de la publicación.

Tabla 10. Nivel de importancia que la UNAD mantenga vigente una publicación para egresados a largo plazo

Opción	f	%
a. Muy importante	9	45
b. Importante	11	55
c. Moderadamente importante	0	0
d. De poca importancia	0	0
e. Sin importancia	0	0
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

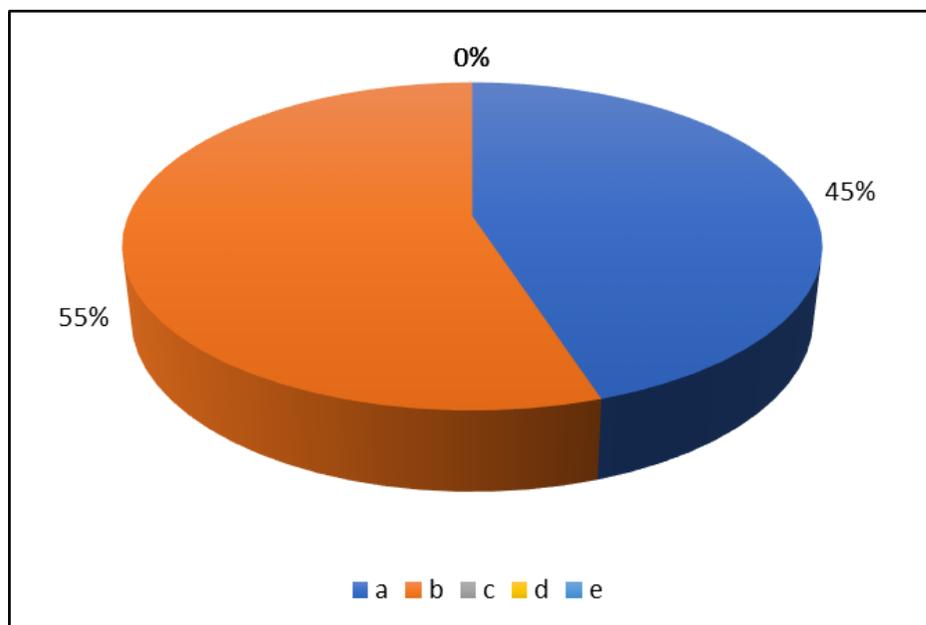


Figura 10. Nivel de importancia que la UNAD mantenga vigente una publicación para egresados a largo plazo

Fuente: El sondeo.

A su vez, la tabla 10 y la figura 10 muestran que a la totalidad de egresados de la ECSAH de la Zona Amazonía Orinoquía de la UNAD les parece muy importante (45%) o importante (55%) que la universidad mantenga vigente una publicación para egresados a largo plazo. Por lo cual es pertinente darle continuidad a la publicación que nace en el presente estudio, para ello se sugiere realizar el estudio de factibilidad e identificar el camino más viable para que Graduati garantice su continuidad.

Tabla 11. Frecuencia de monitoreo de los contenidos que ofrece la UNAD para los egresados a través de medios virtuales

Opción	f	%
a. Siempre	0	0
b. Casi siempre	0	0
c. Algunas veces	8	40
d. Casi nunca	12	60
e. Nunca	0	0
Total	20	100

Fuente: El sondeo.

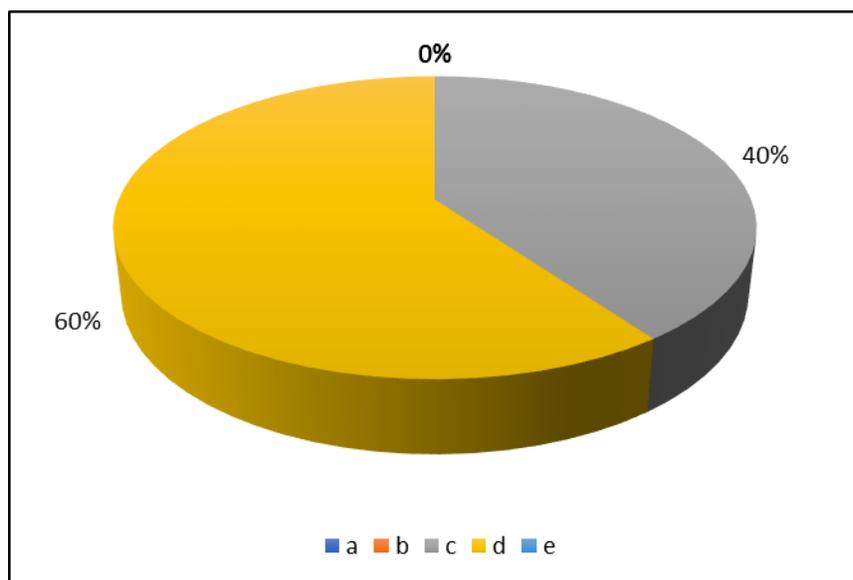


Figura 11. Frecuencia de monitoreo de los contenidos que ofrece la UNAD para los egresados a través de medios virtuales

Fuente: El sondeo.

El sondeo también permitió conocer que casi nunca (60%) o en algunas veces (40%) los egresados realizan monitoreo de los contenidos que ofrece la UNAD para los titulados a través de medios virtuales, por lo cual también se debe realizar una buena campaña publicitaria para dar a conocer Graduati y así ampliar su lectura (ver tabla 11 y figura 11).

7. Selección de los temas a tratar en el primer ejemplar de la revista virtual

Para elegir los temas a tratar en el primer ejemplar de la revista virtual, el grupo investigador busca el derrotero de temas que cumplan con informar y analizar, como estructura de todo medio de comunicación, que sea de alto interés para los lectores; para ello tiene en cuenta que el sondeo de opinión permite identificar que los egresados del Programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH de la Zona Amazonía Orinoquía consideran a Egresados destacados (19 veces elegida), Actualidad (11 veces elegida) y Opinión (8 veces elegida) las únicas secciones que debe tener la revista virtual.

De la misma forma, el sondeo indaga sobre los temas que les gusta a los egresados interesados en leer la revista *Graduati*, ya que es a ellos a quienes está dirigida esta publicación, identificando que en su orden los temas elegidos son: Emprendimiento Unadista (18); aporte de la UNAD al progreso del Meta (17) y la UNAD y el postconflicto (14).

El sondeo permite conocer que la mayoría de los egresados participantes del presente estudio considera como “importante” o “muy importante” que en la publicación destaque los logros de esta población, criterio destacado para elegir los temas seleccionados a incluir en el primer ejemplar.

A su vez, los participantes del sondeo estimaron que disciplina, liderazgo, ambición, trabajo en equipo, empoderamiento, superación y concentración, son las palabras que se relacionan con un egresado Unadista, por lo cual se tiene en cuenta este vocabulario para convertirse en los términos claves a destacar en el primer número de *Graduati*.

En un segundo filtro, el grupo investigador realiza la depuración de temas (principales y secundarios o complementarios) de los cuales quedaron aprobados, de acuerdo con su nivel de contexto y trascendencia dentro del cumplimiento del objetivo general de la revista y también se genera un listado de potenciales fuentes para alimentar las notas periodísticas, siendo estos temas los siguientes:

- a) Opinión: espacio donde se aporta con artículo editorial, en este caso haciendo mención a la revista *Graduati*, y además en esta primera publicación se presenta una nota escrita por la Dra. Blanca Dilia Parrado, Directora CEAD Acacías, refiriéndose al Comunicador Social Unadista.
- b) Postconflicto: en esta sección se destacan egresados de la UNAD que realicen aportes a la reconciliación y la formación de la cultura de paz. Para el primer

ejemplar se realizó un artículo sobre Diana Carol Forero, exguerrillera de las Farc, quien cuenta cómo su formación académica en la UNAD le abrió nuevas oportunidades en su proceso de reintegración a la vida civil. c) El egresado destacado: en esta sección se exaltan los logros de los egresados unadistas; por lo cual para el primer número de *Graduati* se presenta un artículo de la comunicadora social comunitaria unadista, Islena Rey Rodríguez, quien hoy es ejemplo de liderazgo en la defensa internacional de los Derechos Humanos. d) Emprendimiento, en esta sección se dan a conocer los egresados del Programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades que son ejemplo en el desarrollo de empresa y apoyo al desarrollo económico de la región. Para esta primera publicación se identifican tres egresados unadistas metenses que han logrado desarrollar de manera exitosa, en sus empresas, el conocimiento adquirido en Comunicación Social. d) Tecnología, orientada a su aplicación al servicio de los egresados. Para este caso se presenta un artículo donde se aprecian varias herramientas virtuales que están ayudando a mejorar la productividad de los comunicadores sociales en diferentes campos.

8. Diseño de la revista virtual

La revista Graduati surge de la necesidad de crear un canal de comunicación directo y gratuito entre los egresados de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades (ECSAH) del CEAD Acacias y la UNAD, con el fin de exaltar a los exalumnos más sobresalientes en diferentes ámbitos de la sociedad y generar una herramienta didáctica y útil.

Se determina que sea de 16 páginas, de las cuales 11 son de contenido editorial y 5 de complemento editorial (portada, contraportada, opinión, créditos y tabla de contenido), teniendo en cuenta que el porcentaje de concentración, mientras se lee, es de aproximadamente de 45 minutos (Purcell, 2007), y el objetivo fundamental es que no solo sea una revista informativa sino además de fácil y rápida lectura.

La Revista Graduati es diseñada en el programa Adobe InDesign, una aplicación para la estructuración digital de páginas de periódicos, revistas y otros impresos o publicaciones digitales; se trata de una herramienta especializada que permite trabajar productos relacionados con lo que tiene que ver con el diseño editorial. Se elige este programa por su fácil empleabilidad, amplia gama de creaciones y el conocimiento previo que se tiene del mismo.

Para Johannes Duque, diseñador de la publicación, no es recomendable usar software como Corel, Illustrator o Photoshop porque no genera la misma versatilidad y no ofrece la variedad de herramientas que sí presenta In Design, el cual está especialmente diseñado para maquetear páginas.

La estructura de la revista es diseñada a tres columnas, obedeciendo al formato tamaño carta, ofrece buen espacio para incorporar texto ya que haber utilizado más columnas habría obligado a hacerlas más estrechas y visualmente poco atractivo lo cual afecta negativamente la lecturabilidad.

Se usan como colores el azul rey, ocre, y naranja como color de apoyo, los mismos que utiliza en este momento la UNAD, que además son serios e inspiran confianza para una fácil lectura. Son colores llamativos, pero conservan la institucionalidad para una revista de estas características.

El azul se usa para titulares, el naranja para sumarios (con el objetivo de resaltarlos) hay algunos sumarios sobre recuadro gris como recurso adicional, textos en color negro, el color ocre

es tenido en cuenta únicamente como separador de pie y cabeza de página y los numeradores están en las esquinas inferiores.

Este formato permite un equilibrio entre texto y fotografía; las imágenes principales a una y dos columnas (las principales) se están trabajando sobre todo en la parte superior derecha porque permite tener un mayor y mejor impacto visual.

La revista está dada para que el lector haga un adecuado recorrido óptico de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, evitando confundirse con pasos indefinidos o columnas partidas que hagan perder el ritmo de la lectura.

Otros recursos como las infografías permiten dar un descanso al lector, sin que se pierda el concepto de información, además varios de estos elementos le permiten llegar a aspectos puntuales de interés, que a su vez le generen mayor recordación. Son artículos breves que invitan al lector a disfrutar el texto completo, sin embargo, deben estar acompañados de un atractivo título y sumario.

En cuanto a su aporte innovador cabe resaltar que Graduati es de fácil lecturabilidad, diagramación fresca y liviana que genera interés porque cada página se ve diferente.

Tiene contenido interesante, que aunque está marcado bajo un concepto académico, es preparado de tal manera que está abierto para ser leído por cualquier tipo de público, haga o no parte de la UNAD; las fotos además complementan de manera adecuada el texto, lo que genera armonía.

Plataforma digital

La Revista Virtual Graduati se publica a través de la Plataforma Issuu, herramienta digital que proporciona una visualización fácil y amena de cualquier contenido de material que haya sido digitalizado, en especial publicaciones como revistas y periódicos. La revista se puede encontrar en la dirección web: https://issuu.com/periodicodelmeta/docs/revista_graduati__unad

Al ser la aplicación que más se parece a la lectura de un material impreso físicamente y permitir incluso guardar copia del material, posibilita leer la nueva revista para egresados dese cualquier parte del mundo.

Otros detalles Revista Graduati

Páginas: 16

Color de fondo: fondo blanco, color texto negro

Paleta de colores: azul, naranja (para frases), ocre recuadro fondo azul

Tipo de fuente: Museo Sans 300, Museo Slab

Tamaño de fuente: (11 puntos) (para textos) y (25 puntos hacia abajo) (para títulos)

Formato: carta.

Programa de diseño: In Design.

9. Conclusiones

Con el desarrollo del presente estudio se identifica que la mayoría de los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH) de la Zona Amazonía Orinoquía participantes del estudio considera que la revista virtual es el medio de comunicación efectivo para egresados de la UNAD Acacías (75%), la cual debería llamarse “Graduati” (85%), siendo considerado como importante o muy importante (75%) que en esta revista se destaquen los logros del personal titulado en la ECSAH, también están de acuerdo con que esta revista ayudará a fortalecer los lazos entre la UNAD y los egresados (70%), además consideran que la revista debería publicarse mensualmente (80%) y a la totalidad les parece muy importante (45%) o importante (55%) que la universidad mantenga vigente una publicación para egresados a largo plazo. Al igual, el sondeo permitió identificar que la revista debería contener tres secciones (egresados destacados, actualidad y opinión), siendo disciplina, liderazgo, ambición, trabajo en equipo, empoderamiento, superación y concentración los conceptos que deberían destacarse en la revista pues describen al egresado de ECSAH, de igual forma se pudo establecer que los temas preferidos por esta población para publicar en la revista son emprendimiento Unadista, aporte de la UNAD al progreso del Meta y, la UNAD y el postconflicto, siendo estas las temáticas de interés que la población objeto de estudio cree que se debe abordar en la revista virtual.

Con lo anteriores resultados se procede a seleccionar los temas a tratar en el primer ejemplar de la revista virtual que permita destacar las virtudes de los egresados del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades, siendo estos: Opinión (espacio para los artículos editoriales). Postconflicto (sección donde se destacan egresados de la UNAD que realicen aportes a la reconciliación y la formación de la cultura de paz). El egresado destacado, (módulo donde se exaltan los logros de los egresados unadistas). Emprendimiento (artículos para dar a conocer los egresados de la ECSAH que son ejemplo en el desarrollo económico y empresarial de la región) y Tecnología (tecnología al servicio de los egresados).

De igual forma, el estudio facilita el diseño de la revista virtual Graduati, siendo un canal de comunicación directo y gratuito entre los egresados de la ECSAH del CEAD Acacías y la UNAD, exaltando los exalumnos más sobresalientes en diferentes ámbitos de la sociedad y

generar una herramienta didáctica y útil; por lo cual su primer ejemplar lo conforman 16 páginas, de las cuales 11 son de contenido editorial y cinco de complemento editorial (portada, contraportada, opinión, créditos y tabla de contenido). Esta revista es diseñada en el programa Adobe InDesign, herramienta especializada para trabajar productos relacionados con lo que tiene que ver con el diseño editorial, siendo este un recurso de diseño gráfico para que el recurso visual sea novedoso y atractivo.

Con todo lo anterior se logra generar una revista virtual con contenido editorial que destaque las virtudes de los egresados de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades (ECSAH) y la UNAD.

10. Recomendaciones

A las directivas del CEAD Acacias de la UNAD darle continuidad a la revista virtual Graduati. Para ello se sugiere realizar el estudio de factibilidad e identificar el camino más viable para que siga adelante. Lo anterior puede llevarse a cabo a través de otro proyecto de investigación como opción de grado, ya sea de estudiantes de Comunicación Social, de otro programa de la ECSAH o también de Administración de Empresas.

Al cuerpo administrativo y docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, que se continúen preocupando por los egresados de los distintos programas, con el fin de que sigan sintiendo como parte de la familia de la Unadista, para ello es preciso seguir adelantando estrategias como la puesta en marcha de revistas virtuales que destaquen el egresado como parte importante de la comunidad académica.

A los egresados, y en especial de la ECSAH, que continúen siendo ejemplo de superación y profesionalismo en su quehacer diario, pues con ello además de dejar en alto su nombre, también son ejemplo de estudiantes y aspirantes a profesionalizarse en la UNAD, dejando ver que el estudio a distancia enriquece el aprendizaje autónomo permitiendo el desarrollo de capacidades, aptitudes y cualidades que serían difícil de alcanzar con el estudio presencial.

Referencias bibliográficas

- Bartoli, A. (1991). *Comunicación y Organización. La organización comunicante y la comunicación organizada*. Barcelona: Paidós Iberica.
- Comisión Nacional Constituyente (1991). *Constitución Política de Colombia de 1991*. Bogotá: Diario Oficial.
- Congreso de la República de Colombia (1992). *Ley 30 1992, Ley de Educación Superior*. Bogotá: Diario Oficial.
- Cpraviles, Centro del profesorado y de recursos de Avilés. (2014). Cpraviles - Occidente. Obtenido de http://www.cpraviles.com/materiales/VIjornadas/aplic/Taller%20de%20Prensa/Taller/Revista_objetivos.htm
- El Espectador (2015). UNAD recibe reconocimiento internacional de calidad. [En línea] Recuperado en abril de 2018, de <https://www.elespectador.com/noticias/educacion/unad-recibe-reconocimiento-internacional-de-calidad-articulo-587691>
- Fernández (2010). El Perfil de las Revistas Españolas de Comunicación (2007-2008). *Revista Española de Documentación Científica*, 553-581.
- Gutiérrez, M.M. & Vera, A.F. (2016). Diseño de una revista digital para la Facultad de Educación, Artes y Humanidades de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Tesis de pregrado. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander. <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/handle/123456789/1223>
- Hennessey, G. (2003). *El proceso enseñanza-aprendizaje de la comunicación organizacional un proceso de formación de consultores basado en un modelo de una acción-reflexión empresa-aula y el aprendizaje autónomo*. Barranquilla: Universidad Autónoma del Caribe.
- Hernández-Sampieri, R.; Collado, C. y Batista, P. (2010). *Metodología de investigación*. Sexta Edición. México, Editorial Mc Graw Hill.
- Jaramillo, A. M. (2010). *Cultura y participación política en jóvenes universitarios javerianos: una mirada analítica desde jóvenes para jóvenes*, Tesis de pregrado. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Joffre, P. y Koenig, G. (1985). *Strategie D "enterprise. L'antimanuel*. Paris: Economica.

- Joya, L. F. (2010). *Diseño de una revista para los egresados de la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga*, Tesis de pregrado. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Luxán, M., Imaz, J.I., Bereziartua, G. y Lauzurika, A. (2014). Universidad y transformación social. *Revista de Sociología de la Educación*, 7(3), 674-688.
- Manrique, D. C. y Pinilla, H. A. (2016). *Diseño de la revista digital de la facultad de ciencias administrativas y contables de la Universidad de La Salle, Balance Social Digital*, Tesis de pregrado. Bogotá: Universidad de La Salle.
- Marañón, E., Bauzá, E. y Bello, A. (2006). *La Comunicación interna como proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria*. Cuba: Centro Universitario de Las Tunas.
- Páez, A. y Fuenmayor, J. (2005). *Paradigmas sobre gestión comunicacional en el ámbito universitario*. Maracaibo, Venezuela: Universidad Católica Cecilio Acosta.
- Purcell, C. , (2007) *Higiene de estudio para niños, adolescentes y adultos*. Recuperado de <http://www.ceciliapurcell.cl/articulo01.html>
- Quinto, P. E. (2013). Análisis de la cultura política en estudiantes de último semestre de la UNAD, CEAD de Tunja, Tesis de especialista. Tunja: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Ruíz, D., Paz, L. E. y Hernández, E. A. (2018). Diseño de la revista científica electrónica “Investigación Multimedia”. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, (105). Recuperado en julio de 2018, de: https://www.researchgate.net/publication/326273626_DISENO_DE_LA_REVISTA_CIENTIFICA_ELECTRONICA_INVESTIGACION_MULTIMEDIA
- Toapanta, R. F. (2015). *Estudio educomunicacional de la carrera de Artes Plásticas para el diseño de una revista digital en el segundo semestre del año 2014*, Tesis de pregrado. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Torres, E. A. (2017). *Diseño de una revista ecológica y el nivel de interés en los alumnos de la FACSO para impulsar el género periodístico ambiental en el país*, Tesis de pregrado. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia (2018-05-11). Egresado. [En línea] Recuperado en marzo de 2018, de <https://visae.unad.edu.co/bienestar/19-visae/72-visae-egresados>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (2007). *Acuerdo No. 015 del 30 de octubre de 2007, Interacciones de apoyo y consolidación del estamento de egresados de la UNAD*. Bogotá: UNAD.

Universidad Nacional de Colombia (2011). El egresado de la educación superior; El fruto de la gestión académica e investigativa de las universidades. *Claves para el Debate Público*, (47), 24 p.

Van Dijk, T. (2005). Discurso, conocimiento e ideología. *Cuadernos de Información y Comunicación*, (10); pp 285-318.

Vélez, C., Escobar, M.P. y Pico, M.E. (2013). Determinantes sociales de la salud y el trabajo informa. *Revista Costarricense de Salud Pública*, 22(2), 156-162.

Anexos

Anexo 1. Sondeo de opinión

INSTRUMENTO TÉCNICO

Como parte del proyecto de grado de los estudiantes de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades del CEAD Acacias de la UNAD, César Sánchez y Jhon Moreno, se desarrolla el siguiente sondeo con el objetivo de obtener una idea más cercana de los gustos y temáticas que le gustaría ver a los egresados en una publicación. Agradecemos su colaboración en el desarrollo de la misma.

Fecha de recolección: _____

Nombre: _____ Edad: _____

Sexo _____ Carrera _____

1. ¿Cuál debería ser un medio de comunicación efectivo para egresados de UNAD Acacias?

- a. Periódico virtual ___ c. Periódico impreso ___ e. Fan Page ___
b. Revista Virtual ___ d. Revista impresa ___ f. Blog ___
g. Otro. ¿Cuál? _____

2. ¿Qué nombre le gusta más para ese medio de comunicación?

- a. Palabra Unad ___

- b. Graduati ___
- c. El egresado ___
- d. Otro ¿cuál? _____

3. Las secciones de esta publicación serían (seleccione máximo tres):

- a. Cultura ___
- b. Deportes ___
- c. Redes ___
- d. Sociales ___
- e. Egresados destacados ___
- f. Academia ___
- g. Crucigrama ___
- h. Opinión ___
- i. Avisos publicitarios ___
- j. Astrología ___
- k. Actualidad ___
- l. Oferta de empleo ___
- m. Investigación ___
- n. Eventos ___
- ñ. Oferta de estudios ___
- o. Entretenimiento ___

4. Sobre qué temas le gustaría leer (marque máximo tres):

- a. La UNAD y el posconflicto
- b. Capital humano de egresados
- c. Aporte de la UNAD al progreso del Meta
- d. Emprendimiento unadista
- e. Por qué seguir estudiando
- f. Beneficios del egresado unadista

5. ¿Cree que esta revista ayudará a fortalecer los lazos académicos entre la UNAD y los egresados?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Indeciso
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

6. ¿Qué tan importante considera que en esta revista se destaquen los logros de los egresados?

- a. Sin importancia
- b. De poca importancia
- c. Moderadamente importante
- d. Importante
- e. Muy importante

7. ¿Qué tan frecuente compartiría con amigos y familiares el contenido de esta revista?

- a. Muy frecuentemente
- b. Frecuentemente
- c. Ocasionalmente
- d. Raramente
- e. Nunca

8. ¿Qué tan importante es que la UNAD mantenga vigente una publicación para egresados a largo plazo?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Moderadamente importante
- d. De poca importancia
- e. Sin importancia

9. ¿Con que frecuencia monitorea los contenidos que ofrece la UNAD para los egresados a través de medios virtuales?

- A. Siempre
- B. Casi siempre
- C. Algunas veces
- D. Casi nunca
- E. Nunca

10. La periodicidad de la publicación debe ser

- a. Mensual
- b. Bimestral
- c. Trimestral
- d. Semestral
- e. Anual

11.Cuál de estas palabras se relacionan con un egresado unadista (escoja 10)

- a. Disciplina
- b. Ansiedad
- c. Innovación
- d. Frustración
- e. Liderazgo
- f. Ambición
- g. Trabajo en equipo
- h. Decepción
- i. Enojo
- j. Constancia
- k. Autoaprendizaje
- l. Empoderamiento
- m. deserción
- n. Superación
- o. Concentración

Anexo 2. Fotografías preparación revista Graduati



Foto 1: Consejo de redacción revista Graduati



Foto 2: Desarrollo entrevistas revista Graduati



Foto 3: Desarrollo entrevistas revista Graduati



Foto 4: Desarrollo entrevistas revista Graduati

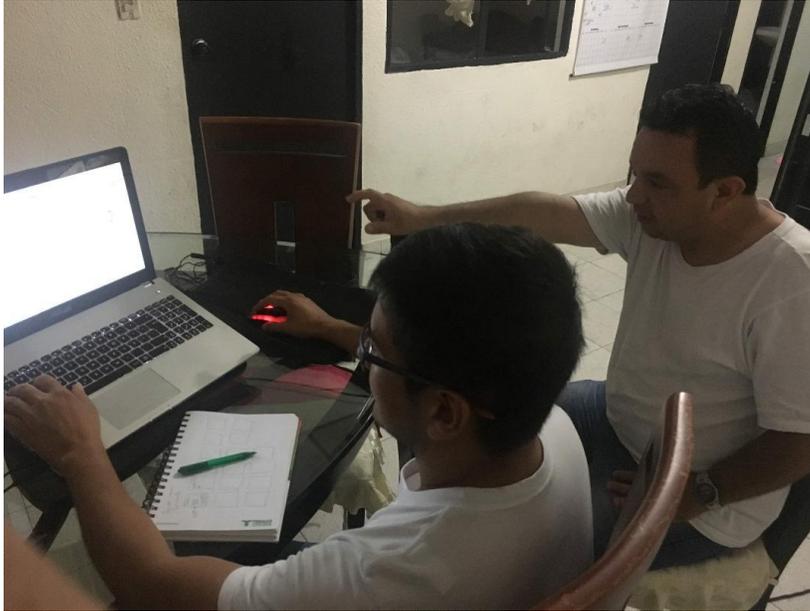


Foto 5: Diagramación y bosquejo de páginas revista Graduati



Foto 6: Entrevista sección opinión Blanca Dilia Parrado

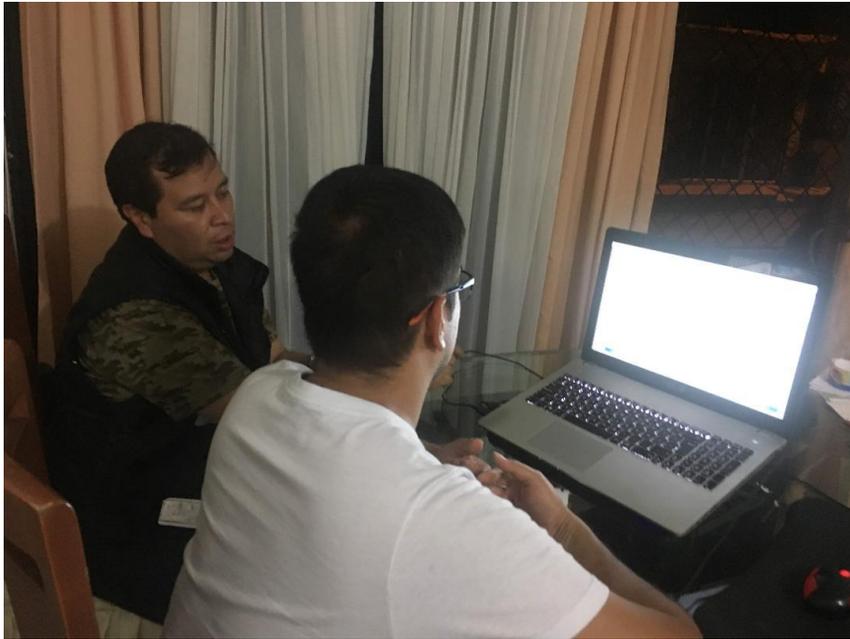


Foto 7: Diseño de primeras páginas revista Graduati



Foto 8: Revisión preliminar revista Graduati

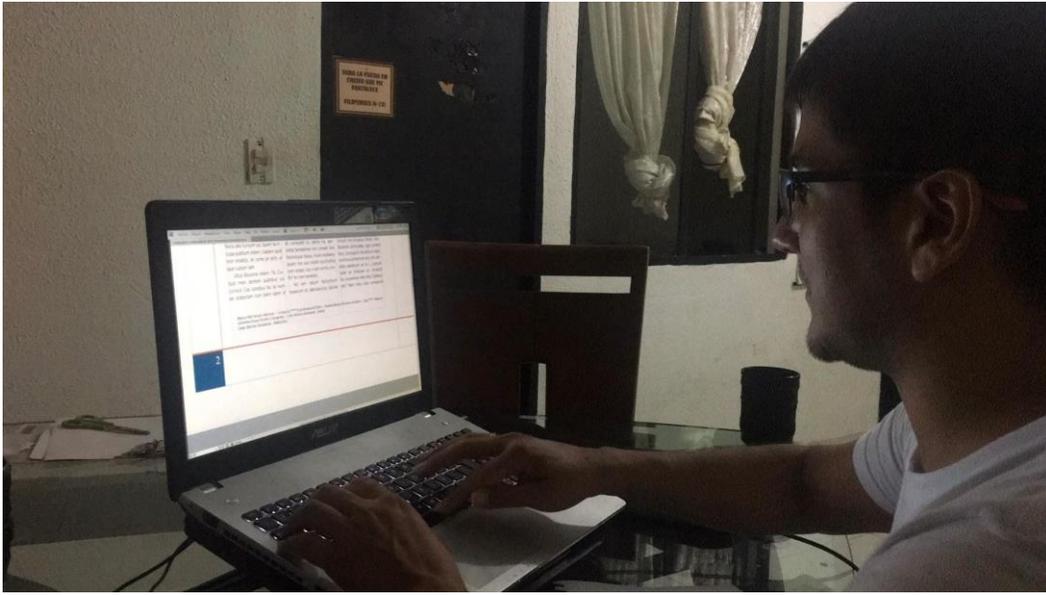


Foto 9: ajustes finales elaboración revista Graduati

Anexo 3. Páginas revista Graduati

La revista está distribuida de la siguiente forma:

Página 1. Como portada se da prioridad a la nota de apertura, relacionada con la entrevista a la egresada Unadista y defensora de derechos humanos, Islena Rey, reconocida en esta área a nivel internacional (ver figura 12).



Figura 12. Portada de la revista

Fuente: Los autores.

Página 2. La sección de opinión cuenta con la colaboración editorial de la directora del CEAD Acacías, Doctora Blanca Dilia Parrado, quien explica a través de la columna de opinión la relevancia de los egresados para la universidad como transformadores de sociedad a través del campo laboral o académico. (ver figura 13).

Editorial

Ninguna otra universidad como la UNAD ofrece la posibilidad de interactuar directamente con tantos compañeros de lugares distantes en donde con sus particulares visiones de la realidad puedan sumar para tejer un panorama más cercano de esa verdad que no se tiene en las clases presenciales de las grandes ciudades.

La experiencia de haberse educado en un ambiente virtual, con la disciplina y la determinación de autoaprendizaje que exige nuestra universidad, pero también con el enfoque social que tienen sus facultades, nos da la posibilidad de plantear respuestas a la necesidades que tiene el país. Respuestas innovadoras que nos exige la actual coyuntura, pero que requieren no repetir las fórmulas del pasado sino, por el contrario, tener la capacidad de presentar soluciones desde nuestra propia realidad.

El ser colombiano, con todas sus virtudes y defectos, pudimos percibirlo durante nuestros años de estudio, en los cuales conocimos el pensamiento de estudiantes que estaban al otro lado de la geografía nacional o incluso fuera del país.

La Revista Graduati no solo resalta a esas personas que pasaron por la UNAD y hoy hacen un aporte a la sociedad sino que es un homenaje a quienes, más allá de las aulas virtuales, apre-



La Revista Graduati no solo resalta a esas personas que pasaron por la UNAD sino que es un homenaje a quienes, más allá de las aulas virtuales, aprehendieron el placer del saber.

hendieron el placer del saber.

Esta publicación digital pretende reafirmar el orgullo unadista, el sentido de pertenencia y ser un motivo para reencontrarnos y recordar que ser egresado de la UNAD es un compromiso con Colombia.



Blanca Dilia Parrado
Directora CEAD Acacias

Si bien es cierto que el programa de Comunicación Social Comunitaria cambió su denominación por disposición del Ministerio de Educación, el valor se mantiene.

Nosotros aspiramos a que nuestros estudiantes tengan criterios significativos, que le den sentido a la vida, que sus proyectos estén muy relacionados con lo que pasa en las comunidades, que trabajen la ética periodística, un comunicador con capacidades de interrelacionarse en los diferentes territorios.

Un comunicador social de la Unad tiene la capacidad de ser crítico, de pensamiento abierto a las diferentes situaciones, más en nuestro país que vivimos situaciones difíciles, en el cual se espera esa ética y razón de ser de comunicar lo que es la realidad colombiana.

Además, debe comunicar con el sentido del ser, el hacer y el pensar, el valor agregado de nuestros egresados es la ética, es el pensamiento crítico asociado a la construcción, el comunicador unadista debe propiciar escenarios de diálogo y negociación, y apropiarse de la tecnología para dominar y no ser dominado.

El comunicador debe reunir las condiciones mínimas de su aprendizaje autónomo, significativo, colaborativo, herramientas que se aprenden en la universidad para que el estudiante aplique permanentemente esos valores agregados.

Es de destacar también que algunos de nuestros egresados, que venían con un conocimiento previo, pudieron perfeccionar su forma de comunicar e interactuando con la cultura y los derechos humanos.

Figura 13. Editorial de la revista

Fuente: Los autores.

Página 3. La ‘Bandera’ como se denomina a la lista de colaboradores de la revista, fue diseñada de tal manera que se vea como un equipo de trabajo, con el perfil académico y profesional individual y su aporte a la revista, y además sirve como reconocimiento para todos los que participaron en la creación de Graduati; se busca que cada perfil tenga 407 caracteres con espacio.



Constanza Molina
Coordinadora ECSAH

Norma Constanza Molina Bernal, líder Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades zona Amazonia Orinoquia de la Universidad Nacional abierta y a distancia (UNAD).

Vinculada a la universidad hace 13 años (2005), abanderada del proyecto unadista como escenario para construir país, desde el fortalecimiento y empoderamiento de las regiones y sus actores.



Ricardo Bedoya
Docente consultor

Villavicencense, Comunicador Social y Periodista, con especialización de Alta Gerencia en la UNIMETA, docente durante más de 13 años en INANDINA – UNIMETA – UNIMINUTO – UNAD, donde ejercí mi profesión a través de ser mediador cultural.

Con la UNAD he hecho más de 100 programas de Embrujo llanero de la RUV emisora de la universidad, docente en Competencias Comunicativas.



Suly Castro
Asesora

Epelloreriam fuga. Et apienihicis rae consequi aspedigendis mos aborem volorerior sit, cullibus non pre, optia dolori ipiducium ut optincipieni dis repe pore pelisim iliberfero optatatus.

Les exero berrupt aturesAn verfitat timover untiuspio, spierid emusquone nequamenati simus no. Intissimus caedem etiam id sendius at pati ia nos notanterur. At factorum morum non di, nore dientes! Idium ad inteatiur lica-



Jhon Moreno
Estudiante - Editor

Bogotano, tecnólogo periodista de la fundación Universitaria INPAHU, con más de 20 años de experiencia en el oficio, ha trabajado para periódicos como El Liberal de Popayán; El Universal, de Cartagena, El Tiempo de Bogotá y Llano Siete de Villavicencio, Revista Semana y El Espectador. Actualmente es director de Periódico del Meta. Ha sido jefe de redacción de la Gobernación del Meta y de la Alcaldía de Villavicencio.



César Sánchez
Estudiante - Redacción

Técnico en Medios Audiovisuales del Colegio Superior de Telecomunicaciones, de Bogotá (2005) periodista en ejercicio hace 14 años como corresponsal Meta para el periódico El Tiempo, redactor permanente del periódico Llano Sie7edías, Radio Nacional de Colombia, entre otros. Actualmente integrante del equipo de la Secretaría de las TIC de la Alcaldía de Villavicencio.



Johannes Duque
Diseño & Fotografía

Técnico en Diseñador gráfico / editorial y fotógrafo. Gran parte de su experiencia la debe a su paso por el periódico El Tiempo y Llano 7 días, donde logró desempeñarme en cada una de sus especialidades.

Como diseñador gráfico desarrolla marca para empresas. En diseño editorial realiza periódicos y revistas. Y como fotógrafo le gusta hacer matrimonios y fotos familiares.

Figura 14. Lista de colaboradores de la revista

Fuente: Los autores.

Página 4. La tabla de contenido, como su nombre lo indica, relaciona el listado de ocho temas que componen la entrevista, cinco de los cuales son destacados con una breve reseña por su nivel de relevancia, tal y como se observa en la figura 15.

TABLA DE CONTENIDO	Revistas virtuales, un diamante en bruto Pag. 5	 <h3>Posconflicto</h3> <p>Diana Carol Forero, exguerrillera de las Farc, cuenta cómo su formación académica en la UNAD le abrió nuevas oportunidades en su proceso de re-integración a la vida civil. Pag. 6</p>
	'La UNAD me hizo mejor persona' Pag. 6	 <h3>El egresado destacado</h3> <p>La comunicadora social comunitaria, Islena Rey Rodríguez, egresada de la UNAD, hoy es ejemplo de liderazgo en la defensa internacional de los Derechos Humanos. Pag. 7 - 10</p>
	'El Derecho de aprender' Pags. 7, 8, 9 Y 10	 <h3>Emprendimiento</h3> <p>Tres egresados unadistas metenses lograron desarrollar de manera exitosa, en sus empresas, el conocimiento adquirido en Comunicación Social. Pag. 11</p>
	Ser unadista, un buen negocio Pag. 11	 <h3>Tecnología</h3> <p>Varias herramientas virtuales están ayudando a mejorar la productividad de los comunicadores sociales en diferentes campos. Pag. 15</p>
	Las fortalezas que marcan la diferencia Pag. 12	
	Bases para ejercer mejor Pag. 13	
	La clave para dejar huella Pag. 14	
La tecnología aplicada al servicio del egresado Pag. 15		

Figura 15. Tabla de contenido de la revista

Fuente: Los autores.

Páginas de la 5 a la 15. Artículos. En estas páginas se desarrollan los artículos que contienen las secciones de postconflicto, egresado destacado, emprendimiento y tecnología.

Página 16. Cierre. En esta última hoja se presenta una fotografía de la entrada del CEAD Acacias, así como información de contacto con este centro (ver figura 16).



ZONA AMAZONIA Y ORINOQUIA - CEAD ACACÍAS

Dirección: Km 1 vía Acacías Villavicencio, Contiguo al complejo ganadero
Teléfonos: (+57 8) 6560873 / (+57 8) 6560148 / (+57 8) 6560471 / (+57 8) 6560859
Correo electrónico: acacias@unad.edu.co
Horario de atención: Lunes a viernes 08:00 - 12:00 / 14:00 - 18:00, sábados 08:00 - 13:00
Sitio web: <https://amazonia.unad.edu.co/acacias>

Figura 16. Última página de la revista virtual

Fuente: Los autores.

Anexo 4. Enlace virtual Revista Graduati

https://issuu.com/periodicodelmeta/docs/revista_graduati__unad_