

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>
	DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(41)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	NORLEIBY TATIANA GARCIA BALLESTEROS		
FACULTAD	EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	HEVER AUGUSTO PAEZ QUINTANA		
TÍTULO DE LA TESIS	IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A TRAVÉS DEL PROGRAMA EL CAFÉ DE LA MAÑANA DEL CANAL REGIONAL DEL ORIENTE (TRO)		
<u>RESUMEN</u> <u>(70 palabras aproximadamente)</u>			
<p>EL PRESENTE INFORME DE PASANTÍAS, FUE REALIZADO EN EL CANAL TRO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, CONTÓ CON UNOS OBJETIVOS QUE FUERON PLANTEADOS Y APROBADOS DE LA SIGUIENTE MANERA: CREAR UN ARCHIVO DONDE SE RECEPCIONE Y SE REVISE DETALLADAMENTE LOS CONTENIDOS DE LOS MENSAJES EMITIDOS Y RECIBIDOS EN LAS REDES SOCIALES Y PAGINA WEB DEL PROGRAMA “EL CAFÉ DE LA MAÑANA” DEL CANAL TRO SEGÚN LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS, CON EL FIN DE LLEVAR UN CONTROL QUE PERMITA MEJORAR LA INTERACCIÓN ENTRE EL PROGRAMA Y LOS TELEVIDENTES</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 40	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 1	CD-ROM: 1



**IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A TRAVÉS DEL PROGRAMA
EL CAFÉ DE LA MAÑANA DEL CANAL REGIONAL DEL ORIENTE (TRO)**

NORLEIBY TATIANA GARCIA BALLESTEROS

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2015**

**IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A TRAVÉS DEL PROGRAMA
EL CAFÉ DE LA MAÑANA DEL CANAL REGIONAL DEL ORIENTE (TRO)**

NORLEIBY TATIANA GARCIA BALLESTEROS

**Informe final de pasantías presentado como requisito para optar al título de
Comunicador Social**

**Director
HEVER AUGUSTO PAEZ QUINTANA
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA
FACULTAD EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2015**

CONTENIDO

	pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	12
<u>1. IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A TRAVÉS DEL PROGRAMA EL CAFÉ DE LA MAÑANA DEL CANAL REGIONAL DEL ORIENTE (TRO)</u>	13
<u>1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA Y LA DEPENDENCIA</u>	13
1.1.1 Misión	13
1.1.2 Visión	13
1.1.3 Objetivos de la empresa	13
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	13
<u>1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	15
<u>1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTIA</u>	17
1.3.1 General	17
1.3.2 Específicos	17
<u>1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR</u>	18
<u>2. ENFOQUES REFERENCIALES</u>	20
<u>2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	20
2.1.1 Televisión Regional del Oriente (TRO)	20
2.1.2 Red social	20
2.1.3 Facebook	22
2.1.4 Twitter	23
2.1.5 Internet	24
2.1.6 Interconectividad	24
2.1.7 Comunidad Virtual	25
<u>2.2 ENFOQUE LEGAL</u>	26
2.2.1 Constitución Política de Colombia	26
2.2.2 Ley 1273	26
2.2.3 Ley 241 de 2011	29
2.2.4 Resolución ANTV 0433 de 2013	29
<u>3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	30
<u>3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	30
3.1.1 Crear un archivo donde se recepcione y se revise detalladamente los contenidos de los mensajes emitidos y recibidos en las redes sociales y pagina web del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO según los parámetros establecidos, con el fin de llevar un control que permita mejorar la interacción entre el programa y los televidentes.	30
3.1.2 Elaborar un informe periódico donde se evalué la efectividad de la utilización de las redes sociales o en algunos casos las falencias que se puedan estar generando, con el propósito de mantener vivo el interés del televidente	33

3.1.3 Presentar en vivo las opiniones que se están generando en las redes sociales, de los temas propuestos para cada sección mostrando así, la veracidad de los mensajes enviados por los seguidores, con el fin que el televidente sienta que su opinión tiene relevancia durante el desarrollo del contenido del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO.	34
4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u>	38
5. <u>CONCLUSIONES</u>	39
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	40
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	41

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Organigrama de los trabajadores públicos de Canal TRO	15

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA	16
Cuadro 2. Relación de Actividades	18

LISTA DE FOTOGRAFÍA

	pág.
Fotografía 1. Creación Base de datos	30
Fotografía 2. Control de mensajes	31
Fotografía 3. Reglamento televidente	32
Fotografía 4. Revisión de informe	33
Fotografía 5. Control de sugerencias	33
Fotografía 6. Calendario de reuniones	34
Fotografía 7. Comentarios televidentes	35
Fotografía 8. Presentación de temas actuales	36
Fotografía 9. Hora cero	37

RESUMEN

El presente informe de pasantías, fue realizado en el Canal TRO de la ciudad de Bucaramanga, contó con unos objetivos que fueron planteados y aprobados de la siguiente manera: Crear un archivo donde se recepcione y se revise detalladamente los contenidos de los mensajes emitidos y recibidos en las redes sociales y pagina web del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO según los parámetros establecidos, con el fin de llevar un control que permita mejorar la interacción entre el programa y los televidentes. Elaborar un informe periódico donde se evalué la efectividad de la utilización de las redes sociales o en algunos casos las falencias que se puedan estar generando, con el propósito de mantener vivo el interés del televidente, y, finalmente, Presentar en vivo las opiniones que se están generando en las redes sociales, de los temas propuestos para cada sección mostrando así, la veracidad de los mensajes enviados por los seguidores, con el fin que el televidente sienta que su opinión tiene relevancia durante el desarrollo del contenido del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO. Todos los objetivos fueron desarrollados de acuerdo a las actividades que a cada uno le correspondieron.

Para la ejecución del informe, se realizó con una metodología bajo la modalidad de pasantías, sugerida por la Universidad para la obtención del título de Comunicadora Social.

Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, desde el punto que no se encontraron limitaciones en el desarrollo de las actividades, logrando desarrollar una a una las mismas.

INTRODUCCIÓN

Implementación de las redes sociales a través del programa El Café de la Mañana del Canal Regional del Oriente (TRO).

Con el fin de “informar” y de interactuar con los televidentes que siguen los programas propios del canal TRO “El Café De La Mañana” a mediados de este año se evaluó la necesidad de implementar las redes sociales en el programa, con el fin de analizar y retroalimentar lo manifestado por los televidentes o seguidores de dicho programa. Estableciendo una cercanía y contacto directo con todo lo relacionado a los contenidos que al programa el “El Café De La Mañana” se refiere. Para el desarrollo de esta actividad se requiere de un Comunicador Social para que dé apoyo y realice la función de alimentar las redes sociales, clasificar la información recibida por los seguidores y presentación en vivo en el programa “El Café De La Mañana” de los mensajes que los seguidores nos manifiestan y así garantizar la interacción continua y la medición de la audiencia en las redes sociales. Para evitar consecuencias en cuanto a la calidad de los mensajes enviados por los seguidores, es necesario que se revise detalladamente por un profesional capacitado en el área todos los mensajes que diariamente llegan a la web del programa el “El Café De La Mañana”. Para verificar su calidad y el cumplimiento de las políticas establecidas por la producción del programa y velar porque los contenidos sean consecuentes y no atenten con la integridad de los funcionarios ni de la audiencia en general.

La ejecución de estas actividades, son de gran aporte a la carrera, tanto a nivel profesional como personal, dado que se lleva el conocimiento adquirido durante el transcurso de la misma, con el fin de intercambiar experiencias para alcanzar resultados satisfactorios, tanto para la empresa como para la Universidad.

1. IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A TRAVÉS DEL PROGRAMA EL CAFÉ DE LA MAÑANA DEL CANAL REGIONAL DEL ORIENTE (TRO)

1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA Y LA DEPENDENCIA

1.1.1 Misión. “El Canal Regional del Oriente Limitada es una Empresa Industrial y Comercial del Estado, que se encarga de la operación del servicio público de Televisión a través de la administración, operación, producción, realización, programación y emisión de Programas educativos, culturales y de opinión regional, que propenden por la difusión de los valores humanos orientados al Desarrollo Social y la Integración del Gran Santander”

1.1.2 Visión. “El Canal Regional del Oriente Limitada es una Empresa Industrial y Comercial del Estado, que se encarga de la operación del servicio público de Televisión a través de la administración, operación, producción, realización, programación y emisión de Programas educativos, culturales y de opinión regional, que propenden por la difusión de los valores humanos orientados al Desarrollo Social y la Integración del Gran Santander”

1.1.3 Objetivos de la empresa. La sociedad tendrá por objeto social la operación del servicio público de Televisión mediante la administración, operación, producción, realización, programación y emisión del Canal Regional, en concordancia con lo establecido en el Acuerdo N° 012 de 1997, expedido por la CNTV, así como la programación de un Canal regional Educativo y cultura que conduzca a la difusión del conocimiento científico, académico, filosófico, artístico, fortalecimiento de identidad cultural de acuerdo al artículo 2 de la Ley 182 de 1995. En desarrollo de su objeto social podrá realizar las siguientes actividades:

Prestar en nombre del Estado el servicio público de televisión mediante la operación y control de la emisión, transmisión o programación de un Canal Regional de Televisión.

Emitir la señal de Televisión por ella originada sobre el área de cubrimiento autorizada, en la frecuencia o frecuencias asignadas.¹

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional. La estructura interna de la sociedad y la planta de personal será determinada por la Junta Administradora consultando el objeto social de la entidad y la necesidad de servicio, todo de acuerdo con las disposiciones legales vigentes. La Empresa tendrá una estructura básica que contará con las siguientes áreas funcionales a saber:

Dirección y administración. La dirección y administración de la sociedad estará a cargo de la Junta Administradora Regional, órgano que hará las veces de Junta de Socios y de

¹ CANAL TRO. Estructura organizacional (online). 1 ed. [Bucaramanga]: Canal Tro, 2011 [citado 23 jul., 2014]. Disponible en: <http://www.canaltro.com/Nuestra-region-Nuestra-television/>

Junta Directiva y del Gerente, quien será su representante legal. Cumplirán las funciones especificadas en los artículos 14 y 18 del Acuerdo N° 06 de Septiembre 8 de 2003.

De la junta administradora regional. La Junta Administradora Regional es la máxima autoridad de la sociedad y estará integrada por un miembro de la Comisión Nacional de Televisión o su delegado y por las entidades socias a través de sus representantes legales o los delegados de estos, y será presidida por el Gobernador del Departamento de Santander.

Programación. Planea, coordina, organiza, dirige y controla todas las producciones del Canal y del servicio de producción que se le preste a terceros. Programa, diseña y supervisa tanto la calidad de la programación como el cumplimiento de la reglamentación vigente en materia de televisión y comercialización de la misma.

Producción. Planea, dirige y evalúa el desarrollo, fortalecimiento, la operación, el mantenimiento y control de la calidad de los recursos técnicos de emisión, producción, pos producción, transmisión y retransmisión necesarios para la prestación de un óptimo servicio de televisión.

Área jurídica. Asesora y conceptúa sobre los asuntos jurídicos de la organización y vela porque las actividades se desarrollen con sujeción a las disposiciones constitucionales y legales.

Área administrativa y planeación. Lidera, orienta, asesora y concierta con las distintas dependencias, la formulación de los planes de mediano y largo plazo, y los planes anuales en concordancia con el Plan Estratégico Situacional y presentarlos a las instancias correspondientes.

Área financiera. Planea, dirige y controla las actividades relacionadas con la administración de los servicios, bienes y suministros, así como las derivadas de la contabilización de las operaciones, inversiones, financiación, presupuesto y disponibilidad de efectivo para el adecuado funcionamiento de la entidad.

Área comercial. Encargada de la comercialización del producto empresarial. Esta actividad puede desarrollarse directamente por la empresa o a través de organizaciones privadas especializadas en la materia.

Área técnica. Encargada de desarrollar procesos de producción específicos, sugerir e implementar la asimilación de nuevas tecnologías, coordinar y dirigir el sistema operativo de la Empresa.²

Área de proyectos y comunicaciones. En esta área, se maneja las relaciones del Canal con los televidentes, a través de un centro interactivo que opera a través de la página web. En tal sentido se trabaja a través de las redes sociales y otros mecanismos para dar respuesta

² Ibid., p.2.

las inquietudes de los televidentes. Enriqueciendo así en contenido del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO
A continuación se muestra la organización teniendo en cuenta los cargos fijos del Canal TRO.

Figura 1. Organigrama de los trabajadores públicos de Canal TRO



Fuente: Mejoramiento Continuo Canal TRO

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el fin de “informar” y de interactuar con los televidentes que siguen los programas propios del canal TRO “El Café De La Mañana” a mediados de este año se evaluó la necesidad de implementar las redes sociales en el programa, con el fin de analizar y retroalimentar lo manifestado por los televidentes o seguidores de dicho programa.

Estableciendo una cercanía y contacto directo con todo lo relacionado a los contenidos que al programa el “El Café De La Mañana” se refiere.

Para el desarrollo de esta actividad se requiere de un Comunicador Social para que dé apoyo y realice la función de alimentar las redes sociales, clasificar la información recibida por los seguidores y presentación en vivo en el programa “El Café De La Mañana” de los mensajes que los seguidores nos manifiestan y así garantizar la interacción continua y la medición de la audiencia en las redes sociales.

Para mostrar de manera más clara las necesidades de esta dependencia a continuación se muestra la matriz DOFA, para un mejor análisis de la información.

Cuadro 1. Matriz DOFA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNO	El personal en general del canal se preocupa por emitir programas de excelente calidad.	Falta una persona (community manager), que se dedique sólo a responder los mensajes enviados por los seguidores en las redes sociales.
EXTERNO	La cobertura del Canal TRO abarca los dos Santanderes, y puede ser visto en otras ciudades del país.	El personal de la empresa no ve la importancia de la implementación de dicho mecanismo que podría enriquecer el programa.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Algunos productores entienden la importancia de cumplir con los requerimientos exigidos por el Canal.	Continuar con el mismo nivel de programación del programa “El Café De La Mañana” para llegar a mantener o incrementar la teleaudiencia.	Aprovechar el personal profesional en el sector de la comunicación, para que actualicen continuamente las plataformas de los programas.
Se han realizado programas que han obtenido éxito, implementado este tipo de herramientas para enriquecer la programación.	Capacitar a una persona para que revise los contenidos e información que diariamente llegan a la página web del programa “El Café De La Mañana”.	Más que capacitar al personal, es necesario que la persona que se encargue de revisar los contenidos de las redes sociales, se dedique solo a esta función.

Cuadro 1. (Continuación)

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
La falta de equipos de última tecnología que faciliten la interacción continua con la teleaudiencia	Manifestar a la parte técnica la necesidad de la implementación de equipos, con las características que se requieren para esta labor.	Apoyo y asesoría a los directores para que incluyan en la parrilla de programación un tiempo para emitir los mensajes recibidos.
Le teleaudiencia está continuamente enviando sus mensajes, pero no se le da respuesta a sus inquietudes.	Responder continuamente a los mensajes que los televidentes envían diariamente, en busca de resolver sus inquietudes.	Resaltar al personal la importancia la teleaudiencia que nos sigue a través de las redes sociales.

Fuente. Pasante del proyecto.

Pronóstico. La responsabilidad dentro del manejo de las redes sociales como función de calidad de los contenidos del programa “El Café De La Mañana” es de suma importancia y de gran peso para la interacción con los televidentes que utilizan este medio para mostrarnos su interés y gusto por los contenidos emitidos por el mismo. Por lo tanto si se hace necesario de una revisión estricta y cuidadosa por parte de una persona capacitada para tal fin, puesto que el canal TRO no cuenta con personal que tenga dichas características para realizar esta función, lo que implica la disminución masiva de la teleaudiencia.

Control del pronóstico. Para evitar consecuencias en cuanto a la calidad de los mensajes enviados por los seguidores, es necesario que se revise detalladamente por un profesional capacitado en el área todos los mensajes que diariamente llegan a la web del programa el “El Café De La Mañana”. Para verificar su calidad y el cumplimiento de las políticas establecidas por la producción del programa y velar porque los contenidos sean consecuentes y no atenten con la integridad de los funcionarios ni de la audiencia en general.

1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTIA

1.3.1 General. Implementar las redes sociales a través del programa “el café de la mañana” del Canal regional del Oriente (TRO).

1.3.2 Específicos. Crear un archivo donde se recepcione y se revise detalladamente los contenidos de los mensajes emitidos y recibidos en las redes sociales y pagina web del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO según los parámetros establecidos, con el fin de llevar un control que permita mejorar la interacción entre el programa y los televidentes.

Elaborar un informe periódico donde se evalué la efectividad de la utilización de las redes sociales o en algunos casos las falencias que se puedan estar generando, con el propósito de mantener vivo el interés del televidente.

Presentar en vivo las opiniones que se están generando en las redes sociales, de los temas propuestos para cada sección mostrando así, la veracidad de los mensajes enviados por los seguidores, con el fin que el televidente sienta que su opinión tiene relevancia durante el desarrollo del contenido del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR

De acuerdo a los objetivos planteados para la pasantía, las actividades a desarrollar se encuentran expresadas en la siguiente tabla:

Cuadro 2. Relación de Actividades

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a Desarrollar en la Empresa
Implementar las redes sociales a través del programa “el café de la mañana” del Canal regional del Oriente (TRO).	Crear un archivo donde se recepcione y se revise detalladamente los contenidos de los mensajes emitidos y recibidos en las redes sociales y pagina web del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO según los parámetros establecidos, con el fin de llevar un control que permita mejorar la interacción entre el programa y los televidentes.	Creación de una base de datos que permita conocer detalles estadísticos como la visualización, el alcance demográfico, popularidad, fidelidad, entre otros Control a los mensajes que llegan diariamente a las redes sociales del programa, con el fin de evitar que sean publicados antes de ser debidamente revisados y a su vez identificar que el contenido no atente contra la imagen del programa, ni la integridad de los presentadores. Creación de un reglamento que los televidentes tengan en cuenta a la hora de escribir sus mensajes en la web o redes sociales, con el fin de garantizar que se cumplan los requerimientos de calidad.
		Revisión del informe realizado periódicamente que permita

Cuadro 2. (Continuación)

	<p>Elaborar un informe periódico donde se evalué la efectividad de la utilización de las redes sociales o en algunos casos las falencias que se puedan estar generando, con el propósito de mantener vivo el interés del televidente.</p>	<p>llevar un control de las fallas identificadas y mejorarlas.</p> <p>Control de las sugerencias que los televidentes hacen al programa con el fin de mejorar la calidad teniendo en cuenta lo que el televidente quiere ver en cada sección emitida en el programa</p> <p>Creación de un calendario de reuniones mínimo una vez por semana para que equipo de trabajo del programa "EL CAFE DE LA MAÑANA" socialice el informe y se definan los cambio a efectuarse.</p>
	<p>Presentar en vivo las opiniones que se están generando en las redes sociales, de los temas propuestos para cada sección mostrando así, la veracidad de los mensajes enviados por los seguidores, con el fin que el televidente sienta que su opinión tiene relevancia durante el desarrollo del contenido del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO.</p>	<p>Una vez revisado y aprobado el contenido de los mensajes debe ser mostrados en vivo para garantizar su veracidad.</p> <p>Invitar a los televidentes a que continúen enviando sus comentarios y opiniones a las páginas establecidas para tal fin.</p> <p>Presentar diariamente temas de actualidad en las redes sociales para generar interacción con los televidentes.</p>

Fuente. Pasante del proyecto.

2. ENFOQUES REFERENCIALES

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

2.1.1 Televisión Regional del Oriente (TRO). Es un canal regional de televisión colombiano, creado en 1997. El canal cubre los departamentos de Norte de Santander y Santander. Emite 24 horas diarias de programación, la mayor parte de ella educativa y cultural. Su sede central se encuentra en Floridablanca y transmite también desde sus estudios en Cúcuta.

Gran parte del canal es financiado por la ANTV y se planea ser auto sostenible para 2019.

2.1.2 Red social. La humanidad se ha caracterizado por buscar nuevas y mejores formas de comunicarse, desde la obtención del habla y la invención de la escritura todo ha girado en la satisfacción de necesidades comunicativas rápidas y accesibles a la mayoría de la población, de ahí, que la sociedad ahora no solo interactúa en la realidad física del contexto que la rodea, sino que se ha pasado a un plano digital, una nueva sociedad cibernética que basa sus cimientos en la red, la cual consiste en un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones; un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas, organizándose para potenciar sus recursos.

En una manera más etimológica el término genérico "red" hace referencia a un conjunto de entidades (objetos, personas, etc.) conectadas entre sí. Por lo tanto, una red permite que circulen elementos materiales o inmateriales entre estas entidades, según reglas bien definidas³.

Red. Conjunto de equipos y dispositivos periféricos conectados entre sí. Se debe tener en cuenta que la red más pequeña posible está conformada por dos equipos conectados.

Redes. Implementación de herramientas y tareas para conectar equipos de manera que puedan compartir recursos en la red.

Desde su invención, los sitios de redes sociales (SRS) tales como: MySpace, Facebook, han atraído a millones de usuarios, muchos de los cuales han integrado estos sitios en sus prácticas diarias. El primer sitio de redes sociales reconocibles puesto en marcha en 1997 SixDegrees.com permitía a los usuarios crear perfiles, lista de amigos y amigos de sus amigos. De 1997 a 2001, se crearon otras redes sociales que permitían a los usuarios crear relaciones personales y profesionales, desde entonces diversas redes se han creado, unas permanecen y otras han desaparecido. Según la zona geográfica el líder puede ir

³ MONTO 2435. Influencia del internet en jóvenes de 15 a 17 (online). 1 ed., [s.l.]: Club ensayos, 2011 [citado 18 dic., 2013]. Disponible en internet <http://clubensayos.com/imprimir/Tesis-Influencia-Del-Internet-En/8122.html>

cambiando, pero a la fecha los principales competidores a nivel mundial son: Hi5, MySpace, Facebook, Twitter, MetroFlog.

Es así, que una de las grandes ventajas de las redes sociales es la vinculación entre los usuarios, al conocer gente nueva e interactuar entre ellos, conllevando al aislamiento de muchas personas, la formación de comunidades, con anonimato y sin discriminación, formando espacios de igualdad a través de la red; también permite hacer el intercambio de ideas, formar lazos con personas que comparten los mismos intereses, la creación de movimientos masivos de solidaridad o ideología y la creación de campañas publicitarias de gran éxito.

Por otra parte, una gran desventaja es la invasión de la privacidad, gran problema que se presenta en las redes sociales. Compañías especialistas en seguridad afirman que para los hackers es muy sencillo obtener información confidencial de sus usuarios, son peligrosas si no se configura la privacidad correctamente, pues exponen la vida privada.

De esta forma, se podría definir una red social como una nueva forma de comunicación, nacida originalmente a partir de los servicios de mensajería instantánea, que ha evolucionado para convertirse en un espacio de interacción social dentro de comunidades de usuarios, que intercambian distintos tipos de contenidos como fotos, archivos, aplicaciones, mensajes de texto y otros.

Las redes sociales son cada vez más populares y se han transformado en un excelente espacio para generar notoriedad, cultivar relaciones, fidelizar comunidades de usuarios, difundir el espíritu de marca, provocar acciones de marketing viral y también, para canalizar oportunidades profesionales o localizar talento. Existen diversos tipos de redes sociales, enfocadas hacia diferentes tipos de usuarios o temas. Por esa razón, la empresa debe saber elegir bien en qué redes sociales quiere participar y con qué estrategia.⁴

Se presenta a continuación una clasificación de las redes sociales más conocidas:

Redes sociales Horizontales: Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática concreta. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin una especialización temática determinada. Lo único que persiguen es generar relaciones. Los ejemplos más representativos son Facebook, Orkut, Identi.ca, Tuenti. Aunque estas redes no son estrictamente "profesionales", se han convertido en una fuente atractiva para que las empresas obtengan y contrasten información sobre tendencias, gustos y opiniones de los usuarios.

Redes sociales Verticales: Están concebidas sobre la base de un eje temático. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto, y por tanto, sus

⁴CEA confederación de empresarios de Andalucía Ventajas del uso de las Redes Sociales, ¿Qué son las Redes Sociales? Disponible en <http://www.cea.es/Herramientas/post/Que-es-una-Red-Social.aspx>

contenidos son más segmentados. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en tres tipos: 1) Profesionales, 2) De ocio, 3) Mixtas, que se explican a continuación:

Profesionales: Xing, LinkedIn y Viadeo son las tres redes sociales profesionales más reconocidas y se centran sólo en aspectos laborales. Además de cumplir la función de un tarjetero permanentemente actualizado, pueden servir para encontrar un nuevo trabajo, en el caso de los empleados por cuenta ajena, y para contratar o firmar acuerdos con colaboradores, en el caso de autónomos y empresarios.

Suponen una excepción dentro de la gratuidad habitual de las redes sociales porque cobran una cuota mensual por el uso de algunos servicios, aunque también ofrecen una versión básica, suficiente para la mayor parte de los usuarios, que no tiene ningún costo.

De Ocio: Su objetivo es congrega a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, MinubeDogster, Last.FM y MySpace.

En este tipo de redes también es muy interesante que participen las empresas, ya que aglutinan temáticas y usuarios muy segmentados, es decir, centrados en ámbitos o sectores específicos que consumen o se interesan por productos o servicios especializados. Por ejemplo una red social de amantes del motor, en la que participa una empresa de recambios de automóvil⁵.

2.1.3 Facebook. Si bien la mayoría de los jóvenes utiliza de forma constante y diaria el Facebook muy pocos conocen sus orígenes, significado y manejo de esta red social además de muchas de sus aplicaciones y alcances, el Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales creado por ⁶Mark Zuckerberg. El funcionamiento de Facebook es similar al de cualquier otra red social, aunque esta oración deberíamos formularla al revés, ya que es esta la red social que marca los antecedentes y las condiciones que deben cumplir las demás. En facebook existen dos tipos de cuentas: las de cualquier usuario normal y corriente y la que pueden abrir las empresas. Las primeras son totalmente gratuitas y permiten la comunicación fluida entre personas reales; las segundas sirven para ofrecer productos o servicios y mantener contacto cercano entre empresas y clientes. A su vez en las cuentas de empresas existen las versiones gratuitas y las pagas, estas últimas ofrecen más prestaciones, permitiendo una mayor visibilidad a la compañía pertinente.

Si una persona quiere abrir una página personal en Facebook debe realizar una serie de pasos. En primer lugar debe registrarse con su nombre y apellido y dar una dirección de correo electrónico de contacto, con la cual podrá ingresar en su cuenta, una vez que esta se halle habilitada.

⁵ Ibíd. <http://www.cea.es/Herramientas/post/Que-es-una-Red-Social.aspx>

⁶ DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Facebook (online). 22 ed.[España]: Real Academia de España, 2011 [citado ago., 2, 2013]. Disponible en: <http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?LEMA=alienaci%C3%B3n>

Una vez aceptada la solicitud, puede comenzar a publicar información en su perfil que será a partir de entonces su espacio personal dentro de la red social. Puede subir en su muro (del inglés “wall”: el espacio en el perfil de cada miembro) textos, vídeos, fotografías y cualquier otro tipo de archivo digital a fin de que las personas que él desea puedan verlos, compartir, comentar o expresar que les gusta. En este tipo de páginas el contenido puede publicarse o compartirse de forma pública (con todos los usuarios de la red social), o privada (únicamente con aquellos que forman parte de la red de contactos o amigos de dicho usuario). A su vez cada usuario puede crear una página personal que recibe el nombre de “grupo”, donde se muestran actividades o eventos a realizar por esa persona de forma profesional. Estos grupos suelen encontrarse visibles para que cualquier internauta los encuentre aunque solo aquellos que forman parte de él pueden participar comentando o compartiendo el contenido.

Una de las características más importantes de Facebook es su constante actualización y es debido a esto que uno puede, en su perfil, observar instantáneamente las diferentes acciones, decisiones y actividades que realizan los contactos de su lista. Además, Facebook facilita que las personas entren en contacto entre sí al recomendar contactos y sugerir amistades con personas que tienen conocidos o amigos compartidos. Hoy en día, muchos medios, políticos, estrellas del espectáculo, activistas sociales, marcas y empresas tienen su propio perfil en Facebook debido a la gran recepción y popularidad que esta red social posee, lo cual permite entonces que el mensaje a difundir por el sujeto en cuestión llegue a miles de personas en minutos o segundos. De este modo, el efecto publicitario a lograr es mucho más efectivo y, en la mayoría de los casos, completamente gratuito.⁷

2.1.4 Twitter. Es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California, con filiales en San Antonio Texas y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos. Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007. Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de tuits al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido apodado como el "SMS de Internet". Entre sus usuarios se destacan grandes figuras públicas, como el presidente de los Estados Unidos Barack Obama, actores como Ashton Kutcher, y músicos como Katy Perry o Justin Bieber, entre otros.

La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los usuarios abonados se les llama "seguidores", "followers" y a veces tweekers ('Twitter' + 'peeps', seguidores novatos que aún no han hecho muchos tweets). Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados. Los usuarios pueden tuitear desde la web del servicio, con

⁷EDATEL. Ventajas y desventajas del Facebook (online). 1 ed. [Bogotá]: Une, 2012 [citado 3 ene., 2014]. Disponible en: <http://www.edatel.com.co/blog/167-comunicas/446-ventajas-y-desventajas-de-facebook>

aplicaciones oficiales externas (como para teléfonos inteligentes), o mediante el Servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países

2.1.5 Internet. Fue desarrollado originariamente para los militares de Estados Unidos, y después se utilizó para el Gobierno, investigación académica, comercial y comunicaciones; Según www.abcpedia.com Internet es una interconexión de redes informáticas, conjunto de equipos, computadoras y/o dispositivos conectados por medio de cables, señales, ondas o cualquier otro método de transporte de datos, que comparten información (archivos), recursos (CD-ROM, impresoras, etc.), servicios (acceso a internet, e-mail, chat, juegos), etc. incrementando la eficiencia y productividad que permite a las computadoras conectadas comunicarse directamente entre sí. Esta palabra suele referirse a una interconexión en particular, abierta al público.

La web posee un funcionamiento que puede resultar bastante complejo para aquellos que no estén familiarizados con la informática; ésta es un conjunto de redes locales que están conectadas entre sí a través de una computadora especial por cada red. Dichas interconexiones se llevan a cabo utilizando varias vías de comunicación, entre ellas, se puede mencionar las líneas de teléfono, módem, etc.

El ciberespacio ha cambiado los hábitos de los seres humanos, el correo no se utiliza de la misma forma, las películas no se alquilan con tanta frecuencia en los videos clubs, el diario y la radio se escuchan desde los ordenadores, etc. Estos acontecimientos no son casuales; Internet dispone apropiarse de casi todo el mercado y se dice esto porque son cada vez más las personas que poseen conexiones a la web; años atrás, era probable encontrar individuos sin cuentas de e-mail, actualmente eso es casi imposible, la mayoría de las personas tienen una.

2.1.6 Interconectividad.⁸La Interconectividad (Internetworking) puede ser definida de una forma sencilla como: "comunicación entre dos o más redes que están conectadas entre sí de alguna manera".

De ahí, la importancia de la interconectividad en las redes y equipos individuales, debido a que sin esta operación implícita en la web no sería posible compartir recursos, el acceso instantáneo a bases de datos compartidas, la insensibilidad a la distancia física y a la limitación en el número de nodos, reducción de presupuestos (tiempo, dinero), la administración centralizada de la red y sin dejar de lado la ventaja estratégica en el mercado competitivo global.

Al igual que muchos de los servicios que se presta a la sociedad, la interconectividad manifiesta retos y desventajas para su utilización y satisfactorio progreso, a causa de la escasez de ingenieros especializados en redes, sin descartar los retos técnicos y retos de

⁸MARTÍNEZ, Evelio [veliux.com](http://www.veliux.com), Interconectividad (internetworking), última actualización Sábado 21 de Julio de 2007 01:00. Disponible en <http://www.eveliux.com/mx/interconectividad-internetworking.php>

administración de redes, además de la poca capacidad de planeación, administración y soporte.

Por otro lado, existen muchos desafíos técnicos a la hora de concertar una interconectividad exitosa como lo son: equipos de diferentes fabricantes, arquitecturas, plataformas, sistemas operativos, protocolos, medios de comunicación diferentes, limitaciones en distancia y en tamaño de los paquetes, limitaciones en ancho de banda y potencia; todo esto en cuanto a la parte física se refiere pero para el usuario de estos existen diferentes elementos a tener en cuenta antes de hacer parte de una red conectada como son: la configuración, seguridad, confiabilidad, desempeño, localización, aislamiento, corrección y prevención de fallas, además de una planeación hacia el futuro sobre el uso y la eficacia de su entrada a la red.

En todo esto cabe exponer el proceso a grandes rasgos de la interconectividad de las redes teniendo como base fundamental que las redes se conectan mediante equipos de telecomunicaciones conocidos como equipos de interconexión que funcionan en el instante en que dos o más redes separadas están conectadas para intercambiar datos o recursos y forman una interred (internetwork), estos dispositivos están diseñados para sobrellevar los obstáculos y para lograr una interconexión sin interrumpir el funcionamiento de las redes.⁹

2.1.7 Comunidad Virtual. La idea de las comunidades virtuales surge cuando aparece Internet, y en el caso de comunidades no informáticas mucho más anteriores a la invención de la misma radio. “Establecer una comunidad virtual puede resultar beneficioso para un sitio web ya que una comunidad crea en sus miembros un sentimiento de pertenencia y permite que el sitio web se desarrolle a través de un esfuerzo colectivo. Más aún, una gran comunidad de usuarios puede tornarse algo positivo para la imagen del sitio porque presenta un factor de atracción y otorga al usuario una sensación de confianza. Sin embargo, si el ámbito de la comunidad no está correctamente definido, pueden surgir divisiones y frustraciones. En ese caso, la comunidad corre el riesgo de producir el efecto opuesto al deseado, esto es, transmitir una imagen negativa”.¹⁰

La primera comunidad virtual nace en la década de los 70's, si bien no es hasta los años '90 cuando se desarrollan de forma exponencial y se convierten en accesibles para el público en general, todo ello gracias al nacimiento de la World Wide Web (WWW) y la generalización de herramientas como el correo electrónico, los chats o la mensajería instantánea. Hasta entonces, su uso quedaba limitado al ámbito científico y a los expertos en informática.

Durante muchos años, los científicos han utilizado la Internet para compartir datos, cooperar en investigaciones e intercambiar mensajes. En esencia, los científicos formaron comunidades de investigación que existían ya no en un terreno físico sino en la Internet. En los últimos años, millones de usuarios de ordenadores de todo el mundo han comenzado a explorar la internet y servicios comerciales online tales como Prodigy y America Online.

⁹Ibid., p.3.

¹⁰ A. Dell. Comunidad virtual (online). 1 rev. [s.n.]: Kioskea, 2011 [citado 20 dic., 2013]. Disponible en: <http://es.kioskea.net/contents/760-comunidades-virtuales>

Muchos han pasado a integrar algunas de las comunidades que han surgido para satisfacer las necesidades del consumidor en materia de comunicación, información y entretenimiento.

Una de las comunidades virtuales más antiguas es la Well, lanzada en 1985 por un grupo de entusiastas de la alta tecnología, en su mayoría radicados cerca de San Francisco. En la última década miles de usuarios de ordenadores se han comunicado entre sí a través de la Well y con el tiempo desarrollaron fuertes relaciones personales.

2.2 ENFOQUE LEGAL

A medida que los sitios de redes sociales han ido creciendo, también lo han hecho los problemas asociados con la seguridad y la privacidad en Internet. El Center for Missing and Exploited Children informaba de la existencia de más de 2.600 incidentes de adultos utilizando Internet para aproximarse online a menores con el fin de realizar algún tipo de actividad sexual.

La popularidad de los sitios de redes sociales también podría tener consecuencias inesperadas para sus usuarios. Al ser un negocio basado en Internet, las redes sociales tienen algunas ventajas en comparación con las empresas tradicionales a la hora de observar el comportamiento de los usuarios y así detectar rápidamente los problemas.

2.2.1 Constitución Política de Colombia. Artículo 15. Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.

En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución.

La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables. Sólo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley.

Para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley.

2.2.2 Ley 1273. Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado “de la protección de la información y de los datos”- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones.

De los atentados contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos y de los sistemas informáticos. Artículo 269A: Acceso abusivo a un sistema informático. El que, sin autorización o por fuera de lo acordado, acceda en todo o en parte a un sistema informático protegido o no con una medida de seguridad, o se mantenga dentro del mismo en contra de la voluntad de quien tenga el legítimo derecho a excluirlo, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.¹¹

Artículo 269B: Obstaculización ilegítima de sistema informático o red de telecomunicación. El que, sin estar facultado para ello, impida u obstaculice el funcionamiento o el acceso normal a un sistema informático, a los datos informáticos allí contenidos, o a una red de telecomunicaciones, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1000 salarios mínimos legales mensuales vigentes, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con una pena mayor.

Artículo 269C: Interceptación de datos informáticos. El que, sin orden judicial previa intercepte datos informáticos en su origen, destino o en el interior de un sistema informático, o las emisiones electromagnéticas provenientes de un sistema informático que los transporte incurrirá en pena de prisión de treinta y seis (36) a setenta y dos (72) meses.

Artículo 269D: Daño Informático. El que, sin estar facultado para ello, destruya, dañe, borre, deteriore, altere o suprima datos informáticos, o un sistema de tratamiento de información o sus partes o componentes lógicos, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Artículo 269E: Uso de software malicioso. El que, sin estar facultado para ello, produzca, trafique, adquiera, distribuya, venda, envíe, introduzca o extraiga del territorio nacional software malicioso u otros programas de computación de efectos dañinos, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Artículo 269F: Violación de datos personales. El que, sin estar facultado para ello, con provecho propio o de un tercero, obtenga, compile, sustraiga, ofrezca, venda, intercambie, envíe, compre, intercepte, divulgue, modifique o emplee códigos personales, datos personales contenidos en ficheros, archivos, bases de datos o medios semejantes, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

¹¹ ¹¹ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1273 (5 ene., 2009). Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones. Diario Oficial No. 47.223 de 5 de enero de 2009

Artículo 269G: Suplantación de sitios web para capturar datos personales. El que con objeto ilícito y sin estar facultado para ello, diseñe, desarrolle, trafique, venda, ejecute, programe o envíe páginas electrónicas, enlaces o ventanas emergentes, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena más grave.

En la misma sanción incurrirá el que modifique el sistema de resolución de nombres de dominio, de tal manera que haga entrar al usuario a una IP diferente en la creencia de que acceda a su banco o a otro sitio personal o de confianza, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena más grave.

La pena señalada en los dos incisos anteriores se agravará de una tercera parte a la mitad, si para consumarlo el agente ha reclutado víctimas en la cadena del delito.

Artículo 269H: Circunstancias de agravación punitiva: Las penas imponibles de acuerdo con los artículos descritos en este título, se aumentarán de la mitad a las tres cuartas partes si la conducta se cometiere:

Sobre redes o sistemas informáticos o de comunicaciones estatales u oficiales o del sector financiero, nacionales o extranjeros.

Por servidor público en ejercicio de sus funciones.

Aprovechando la confianza depositada por el poseedor de la información o por quien tuviere un vínculo contractual con este.

Revelando o dando a conocer el contenido de la información en perjuicio de otro.

Obteniendo provecho para sí o para un tercero.

Con fines terroristas o generando riesgo para la seguridad o defensa nacional.

Utilizando como instrumento a un tercero de buena fe.

Si quien incurre en estas conductas es el responsable de la administración, manejo o control de dicha información, además se le impondrá hasta por tres años, la pena de inhabilitación para el ejercicio de profesión relacionada con sistemas de información procesada con equipos computacionales.

Capítulo II. De los atentados informáticos y otras infracciones.

Artículo 269I: Hurto por medios informáticos y semejantes. El que, superando medidas de seguridad informáticas, realice la conducta señalada en el artículo 239 manipulando un sistema informático, una red de sistema electrónico, telemático u otro medio semejante, o suplantando a un usuario ante los sistemas de autenticación y de autorización establecidos, incurrirá en las penas señaladas en el artículo 240 de este Código.

Artículo 269J: Transferencia no consentida de activos. El que, con ánimo de lucro y valiéndose de alguna manipulación informática o artificio semejante, consiga la transferencia no consentida de cualquier activo en perjuicio de un tercero, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena más grave, incurrirá en pena de prisión

de cuarenta y ocho (48) a ciento veinte (120) meses y en multa de 200 a 1.500 salarios mínimos legales mensuales vigentes. La misma sanción se le impondrá a quien fabrique, introduzca, posea o facilite programa de computador destinado a la comisión del delito descrito en el inciso anterior, o de una estafa.

Si la conducta descrita en los dos incisos anteriores tuviere una cuantía superior a 200 salarios mínimos legales mensuales, la sanción allí señalada se incrementará en la mitad.

2.2.3 Ley 241 de 2011. “Por la cual se regula la responsabilidad por las infracciones al derecho de autor y los derechos conexos en internet”¹ en Colombia, más conocido por el apodo de Ley Lleras es un proyecto de ley que busca regular la responsabilidad de los proveedores de servicios de Internet frente a las infracciones de derechos de autor de los usuarios. Este proyecto de ley, que se presenta como una exigencia del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 y de los tratados de libre comercio con Estados Unidos y con la Unión Europea recoge elementos de leyes similares derivadas del ACTA como la Ley HADOPI aunque en términos más moderados.

2.2.4 Resolución ANTV 0433 de 2013. "Por la cual se reglamenta parcialmente el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro", publicada en el Diario Oficial Número 48.786 del 10 de mayo de 2013.

La Antv dentro de sus políticas permite que las comunidades organizadas provean sus propios servicios de televisión, siempre y cuando no exista ánimo de lucro y el sistema sea propiedad de la comunidad organizada. Muchos de los actuales operadores de este servicio son los antiguos sistemas de televisión por parabólica, que se acogieron a esta reglamentación.

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1.1 Crear un archivo donde se recepcione y se revise detalladamente los contenidos de los mensajes emitidos y recibidos en las redes sociales y pagina web del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO según los parámetros establecidos, con el fin de llevar un control que permita mejorar la interacción entre el programa y los televidentes.

Creación de una base de datos que permita conocer detalles estadísticos como la visualización, el alcance demográfico, popularidad, fidelidad, entre otros

Fotografía 1. Creación Base de datos

The screenshot shows a Microsoft Excel spreadsheet with the following structure:

Interacción Facebook			
tema	likes	comentarios	compartidos
Adopción de mascotas	120	85	60
Qué regalar el día de la madre	225	88	28
Destinos para vacacionar	189	98	49

Datos demográficos					
Tema	Región	Ubicación	Sexo		
			Femenino	Masculino	
Adopción de mascotas	Santander	Floridablanca	75%		25%
	Cundinamarca	Bogotá	45%		65%
	N. Santander	Cúcuta	66%		44%
Qué regalar el día de la madre	Santander	Floridablanca	25%		75%
	Cundinamarca	Bogotá	28%		72%
	N. Santander	Cúcuta	80%		20%
Destinos para vacacionar	Santander	Floridablanca	70%		30%
	Cundinamarca	Bogotá	65%		35%
	N. Santander	Cúcuta	58%		42%

Fuente Pasante del proyecto

Control a los mensajes que llegan diariamente a las redes sociales del programa, con el fin de evitar que sean publicados antes de ser debidamente revisados y a su vez identificar que el contenido no atente contra la imagen del programa, ni la integridad de los presentadores.

Fotografía 2. Control de mensajes



Fuente Pasante del proyecto

Creación de un reglamento que los televidentes tengan en cuenta a la hora de escribir sus mensajes en la web o redes sociales, con el fin de garantizar que se cumplan los requerimientos de calidad. Con la creación de este reglamento, se quiere que los televidentes tengan en cuenta los requerimientos de calidad que deben tener a la hora de escribir sus mensajes. Es de tener en cuenta, que a partir de las redes sociales, se crean muchos mensajes que no pueden ser dichos al aire por la calidad de los mismos; algunos ofensivos, otros de un color no apto para estos medios. Por tal razón, se realizó el reglamento que a continuación se presenta, con el fin de evitar todo ello y garantizar la calidad del programa.

Fotografía 3. Reglamento televidente

Parámetro de uso de las redes sociales del programa "el café de la mañana" del Canal TRO.

1. Recuerda que este espacio es social. Por el hecho de agregar cualquier dato, comentario o información, asumes que éste puede ser visto por los restantes usuarios de esta red social.
2. Te pedimos que hables en primera persona y que trates de aportar valor en tus comentarios, facilitando informaciones de interés. Recuerda que eres responsable de tus comentarios y de las eventuales consecuencias en tu imagen y reputación. Si tienes dudas, mejor no hagas una contribución.
3. Este espacio constituye a un intercambio de opiniones o para el debate constructivo, pero no es el ámbito apropiado para crear polémica, descalificar a otros usuarios o a terceros.
4. Recuerda que tus quejas y reclamaciones deben hacerse de manera respetuosa y con bases que justifique el requerimiento.
5. Trata con respeto a los otros usuarios; usa un lenguaje apropiado y correcto y actúa como si estuvieras en presencia de la otra persona.
6. No publiques material publicitario ni hagas uso de este perfil para lucrarte o hacer negocio, ni compares o valores productos o servicios de otras entidades. De ser así nos veremos en la obligación de bloquearte.
7. Sólo pueden registrarse personas mayores de 16 años. Los miembros son responsables del uso de su cuenta, y deberán proteger sus datos de acceso al sitio (nombre de usuario y contraseña) de modo que no caiga en manos de terceras personas.

ACEPTO

NO ACEPTO

Fuente Pasante del proyecto

3.1.2 Elaborar un informe periódico donde se evalué la efectividad de la utilización de las redes sociales o en algunos casos las falencias que se puedan estar generando, con el propósito de mantener vivo el interés del televidente

Revisión del informe realizado periódicamente que permita llevar un control de las fallas identificadas y mejorarlas.

Fotografía 4. Revisión de informe



Fuente Pasante del proyecto

Control de las sugerencias que los televidentes hacen al programa con el fin de mejorar la calidad teniendo en cuenta lo que el televidente quiere ver en cada sección emitida en el programa

Fotografía 5. Control de sugerencias



Fuente Pasante del proyecto

Creación de un calendario de reuniones mínimo una vez por semana para que equipo de trabajo del programa "EL CAFE DE LA MAÑANA" socialice el informe y se definan los cambios a efectuarse. Este calendario fue creado con el fin de mantener un orden en las reuniones que el equipo de trabajo del programa EL CAFÉ DE LA MAÑANA, debe realizar. Para ello, se escogieron los días 2, 10, 16, 24 y 30 de junio de 2014.

Fotografía 6. Calendario de reuniones

Junio			2014			
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	2 Redes sociales 2:30pm	3	4	5	6	7
8	9	10 Redes sociales 2:30pm	11	12	13	14
15	16 Redes sociales 2:30pm	17	18	19	20	21
22	23	24 Redes sociales 2:30pm	25	26	27	28
29	30 Redes sociales 2:30pm					

Fuente Pasante del proyecto

3.1.3 Presentar en vivo las opiniones que se están generando en las redes sociales, de los temas propuestos para cada sección mostrando así, la veracidad de los mensajes enviados por los seguidores, con el fin que el televidente sienta que su opinión tiene relevancia durante el desarrollo del contenido del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO.

Una vez revisado y aprobado el contenido de los mensajes deben ser mostrados en vivo para garantizar su veracidad. Es de suma importancia que el televidente reciban una respuesta y sobre todo que se haga público su mensaje, por eso en el programa “EL CAFÉ DE LA MAÑANA” del CANAL TRO. Todas las mañanas en el horario habitual de transmisión los presentadores están leyendo de manera simultánea los mensajes que los televidentes publican en nuestras redes sociales.



elcafecanalтро



@elcafecanalтро



el café de la mañana



elcafe@canalтро.com

Invitar a los televidentes a que continúen enviando sus comentarios y opiniones a las páginas establecidas para tal fin. Cada día son más las personas que desean unirse a nuestras redes sociales y hacer parte de la programación, con sus comentarios y publicaciones, por esto desde que comienza el programa hasta que termina los

presentadores están recordando las redes sociales e invitando a nuestros televidentes a enviar sus comentarios saludos e información. De igual manera se le hace la invitación aquella persona que no conocen nuestras redes sociales para que también hagan parte de nuestros seguidores.

Fotografía 7. Comentarios televidentes

 elcafecanalтро 18sem



♥ 23 "Me gusta"

● elcafecanalтро Programamos!!! TOMENSE EL MEJOR CAFE DE LA MANANA con @vaneruijzauregui @laurampatino y @yvanoty



● 17 "Me gusta"

● elcafecanalтро Asi se empieza el mes Tomandose el mejor cafe de la mañana con @laurampatino @yvanoty y @vaneruijzauregui lunes a viernes de 7 a 10:30am por el canal tro

laurampatino En posición !!!

vaneruijzanalтро Mass q listos 💜

 elcafecanalтро 20sem



♥ 12 "Me gusta"

● elcafecanalтро Feliz inicio de semana y feliz lunes les desean nuestros presentadores @yvanoty @vaneruijzauregui @laurampatino 🙌🙌🙌📷🎤🎧

Fuente Pasante del proyecto

Presentar diariamente temas de actualidad en las redes sociales para generar interacción con los televidentes. Esta más que Claro que el futuro de la televisión pasa por la red. Se trata, en definitiva, de tener acceso directo a una comunidad, a la que se lancen mensajes para atraer su interés, por esto es importante mantener al seguidor en constante contacto y aprovechar que se puede conservar un perfil abierto y conversacional para conocer sus aciertos e inquietudes con los contenidos del programa. Sus opiniones siempre serán significativas por esto hacemos que nuestros televidentes se sientan parte importante en el desarrollo del programa, invitándolos a opinar acerca de nuestro tema del día, a inscribirse en las actividades que realizamos o responder a la variedad de inquietudes acerca de los temas de actualidad que se generen.

Fotografía 8. Presentación de temas actuales



Si quieres ser protagonista de "EL CAFE DE LA MAÑANA" y recibirnos en tu casa, déjanos en esta página por favor tu dirección, con un número telefónico fijo y/o celular para programar la visita a realizarse los miércoles en la mañana y los jueves en la tarde.

Puedes invitar a tus familiares y amigos a esa grabación y organizar la actividad que quieras con la gente que quieras. Si no puedes organizar alguna actividad, no te preocupes: con visitarte será suficiente.

Nosotros lo grabamos y te realizamos una nota en tu barrio para que salga al aire en EL CAFÉ DE LA MAÑANA en una sección llamada "GOZATE LA CIUDAD" que se emite los jueves y los viernes en este magazín.

Escribe un comentari... Publicar



Fuente Pasante del proyecto

Fotografía 9. Hora cero

Al aire en [@elcafecanaltro](#),
conozca de qué se trata la "Hora
Cero" y dígale No a la violencia
intrafamiliar



Fuente Pasante del proyecto

4. DIAGNÓSTICO FINAL

Al finalizar el período de pasantías, se concluye con gran satisfacción el desarrollo total de las actividades programadas en el plan de trabajo, las cuales dieron un excelente resultado, ya que ayudaron a que se hiciera efectivo el objetivo general, el cual fue el de implementar las redes sociales a través del programa El Café de la Mañana, del Canal TRO.

Uno de los principales aspectos que conllevó a la realización de las pasantías, fue el problema encontrado en cuanto a la responsabilidad dentro del manejo de las redes sociales como función de calidad de los contenidos del programa “El Café De La Mañana”. Para lo cual se hizo necesario realizar una revisión estricta y cuidadosa de éstos, por parte de una persona capacitada para esta función, con el fin de evitar malos entendidos por parte de la audiencia. Para ello se creó un archivo en donde se recepciona y se revisan los contenidos enviados por los oyentes, antes de ser emitidos, mejorando así la interacción entre el programa y los televidentes; verificando, además, su calidad y el cumplimiento de las políticas establecidas por la producción del programa y velar porque los contenidos sean consecuentes y no atenten con la integridad de los funcionarios ni de la audiencia en general.

5. CONCLUSIONES

Culminadas las pasantías, se concluye satisfactoriamente el desarrollo de los objetivos planteados y con ellos las actividades correspondientes a cada uno de ellos, para lo cual se crea un archivo donde se recepcione y se revise detalladamente los contenidos de los mensajes emitidos y recibidos en las redes sociales y pagina web del programa “El Café De La Mañana” del Canal TRO según los parámetros establecidos, con el fin de llevar un control que permita mejorar la interacción entre el programa y los televidentes. Para dar un cumplimiento al mismo, se creó una base de datos la cual permitió conocer detalles estadísticos como la visualización, el alcance demográfico, popularidad, fidelidad, entre otros. En cuanto al control de los mensajes que llegan diariamente a las redes sociales del programa, éstos fueron revisados y a su vez se identificó que el contenido no atentara contra la imagen del programa, ni la integridad de los presentadores. Algunos debieron ser eliminados, por no contar con los parámetros del programa, por lo tanto se optó por la creación de un reglamento que los televidentes deberán tener en cuenta a la hora de escribir sus mensajes en la web o redes sociales, con el fin de garantizar que se cumplan los requerimientos de calidad.

Otro de los objetivos fue el de elaborar un informe periódico donde se evalué la efectividad de la utilización de las redes sociales o en algunos casos las falencias que se puedan estar generando, con el propósito de mantener vivo el interés del televidente, para ello se realiza una revisión del informe periódicamente con el fin de llevar un control de las fallas identificadas y mejorarlas; sumado a las sugerencias que los televidentes hacen al programa con el fin de mejorar la calidad teniendo en cuenta lo que el televidente quiere ver en cada sección emitida en el programa. Acá se elabora un calendario de reuniones mínimo una vez por semana para que el equipo de trabajo del programa socialice el informe y se definan los cambios a efectuarse.

Finalmente, se presenta en vivo las opiniones que se están generando en las redes sociales, de los temas propuestos para cada sección mostrando así, la veracidad de los mensajes enviados por los seguidores, todo esto se realiza luego de revisado y aprobado el contenido de los mensajes. Además, diariamente se presentaron temas de actualidad en las redes sociales para generar interacción con los televidentes, llamado así la atención y audiencia en los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1273 (5 ene., 2009). Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado “de la protección de la información y de los datos”- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones. Diario Oficial No. 47.223 de 5 de enero de 2009

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

A. Dell. Comunidad virtual (online). 1 rev. [s.n.]: Kioskea, 2011 [citado 20 dic., 2013]. Disponible en: <http://es.kioskea.net/contents/760-comunidades-virtuales>

CANAL TRO. Estructura organizacional (online). 1 ed. [Bucaramanga]: Canal Tro, 2011 [citado 23 jul., 2014]. Disponible en: <http://www.canaltro.com/Nuestra-region-Nuestra-television/>

CEA confederación de empresarios de Andalucía Ventajas del uso de las Redes Sociales, ¿Qué son las Redes Sociales? Disponible en <http://www.cea.es/Herramientas/post/Que-es-una-Red-Social.aspx>

DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Facebook (online). 22 ed.[España]: Real Academia de España, 2011 [citado ago., 2, 2013]. Disponible en: <http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?LEMA=alienaci%C3%B3n>

EDATEL. Ventajas y desventajas del Facebook (online). 1 ed. [Bogotá]: Une, 2012 [citado 3 ene., 2014]. Disponible en: <http://www.edatel.com.co/blog/167-comunicas/446-ventajas-y-desventajas-de-facebook>

MARTÍNEZ, Evelio veliux.com, Interconectividad (internetworking), última actualización Sábado 21 de Julio de 2007 01:00. Disponible en <http://www.eveliux.com/mx/interconectividad-internetworking.php>

MONTO 2435. Influencia del internet en jóvenes de 15 a 17 (online). 1 ed., [s.l.]: Club ensayos, 2011 [citado 18 dic., 2013]. Disponible en internet <http://clubensayos.com/imprimir/Tesis-Influencia-Del-Internet-En/8122.html>