
Diseño y desarrollo tecnológico en publicaciones digitales y en redes sociales de las actividades del Centro Regional Universitario de San Miguelito



Design and Technological Development in Digital Publications and Social Networks of the activities of the Regional University Center of San Miguelito

Desenho e Desenvolvimento Tecnológico em Publicações Digitais e Redes Sociais das atividades do Centro Universitário Regional San Miguelito

 **Jackeline Juárez**

Universidad de Panamá, Panamá
jackeline.juárez@up.ac.pa

 **Ilka Perea**

Universidad de Panamá, Panamá
ilka.perea@up.ac.pa

 **Nubia Ávila**

Universidad de Panamá, Panamá
nubia.avila@up.ac.pa

 **Edgardo Rodríguez**

Universidad de Panamá, Panamá
rodriguez.edgardo@up.ac.pa

Orbis Cognita

vol. 8, núm. 1, p. 206 - 227, 2024
Universidad de Panamá, Panamá
ISSN-E: 2644-3813
revista.orbiscognita@up.ac.pa

Recepción: 16 junio 2023

Aprobación: 26 noviembre 2023

Resumen: El proyecto de investigación Diseño y Desarrollo Tecnológico en Publicaciones Digitales y en Redes Sociales de las actividades del Centro Regional Universitario de San Miguelito, nace con la inquietud de investigar la viabilidad, organización, diseño y eficacia de un medio de divulgación digital de las actividades académicas, científicas, culturales y hechos que se desarrollan en la comunidad del CRUSAM. Su origen se remonta al año 2018, cuando se creó el Boletín Crusantino, medio de divulgación, en formato impreso. Se propone en el año 2021 una renovación y cambio. El tipo de investigación es cualitativa descriptiva, la metodología utilizada fue desarrollada en dos fases: mediante una encuesta (PreTest) a una muestra de noventa y ocho (98) personas de la comunidad del CRUSAM para identificar los cambios y mejoras que podrían hacerse; recomendaron un cambio de imagen del Boletín Crusantino. En la segunda fase, (PosTest) la muestra de personas encuestadas, seleccionados de manera aleatoria, aseguraban la viabilidad, comunicación, estética y eficacia de la nueva conexiones CRUSAM, como medio de divulgación, gracias al sondeo de la primera encuesta, se concluye que la gran mayoría escogió el nombre de conexiones CRUSAM, y se aplicaron grandes cambios en cuanto a cuerpo editorial, diseño, línea gráfica, estética, segmentos, proceso de digitalización, diagramación y comunicación en base a las recomendaciones recibidas.

Palabras clave: Publicaciones digitales, redes sociales, diseño, actividades, Centro Regional Universitario de San Miguelito.

Abstract: The research project Technological Design and Development in Digital Publications and Social Networks of the activities of the San Miguelito Regional University Center

was born with the concern of investigating the viability, organization, design and effectiveness of a means of digital dissemination of the academic, scientific, cultural activities and events that take place in the CRUSAM community. Its origin dates back to 2018, when the Crusantino Bulletin, a dissemination medium, was created in printed format. A renewal and change is proposed in 2021. The type of research is qualitative descriptive, the methodology used was developed in two phases: through a survey (PreTest) to a sample of ninety-eight (98) people from the CRUSAM community to identify the changes and improvements that could be made; They recommended a makeover of the Crusantino Bulletin. In the second phase, (PostTest) the sample of people surveyed, selected randomly, ensured the viability, communication, aesthetics and effectiveness of the new CRUSAM connections, as a means of dissemination, thanks to the survey of the first survey, it is concluded that The vast majority chose the name CRUSAM connections, and major changes were applied in terms of editorial body, design, graphic line, aesthetics, segments, digitization process, layout and communication based on the recommendations received.

Keywords: Digital publications, social networks, design, activities, Regional University Center of San Miguelito.

Resumo: O projeto de pesquisa Desenho e Desenvolvimento Tecnológico em Publicações Digitais e Redes Sociais das atividades do Centro Universitário Regional San Miguelito nasceu com a preocupação de investigar a viabilidade, organização, desenho e eficácia de um meio de divulgação digital do meio acadêmico, atividades e eventos científicos, culturais que acontecem na comunidade CRUSAM. A sua origem remonta a 2018, quando foi criado o Boletim Crusantino, meio de divulgação em formato impresso. Uma renovação e mudança são propostas em 2021. O tipo de pesquisa é qualitativa descritiva, a metodologia utilizada foi desenvolvida em duas fases: através de uma pesquisa (Pré-Teste) a uma amostra de noventa e oito (98) pessoas da comunidade CRUSAM para identificar as mudanças e melhorias que poderiam ser feitas; Eles recomendaram uma reformulação do Boletim Crusantino. Na segunda fase, (Pós-Teste) a amostra de pessoas inquiridas, selecionadas aleatoriamente, garantiu a viabilidade, comunicação, estética e eficácia das novas Conexões CRUSAM, como meio de divulgação, graças ao inquérito do primeiro inquérito, concluiu-se que A grande maioria escolheu o nome CRUSAM connections, e grandes mudanças foram aplicadas em termos de corpo editorial, design, linha gráfica, estética, segmentos, processo de digitalização, layout e comunicação com base nas recomendações recebidas.

Palavras-chave: Publicações digitais, redes sociais, design, atividades, Centro Universitário Regional de San Miguelito.

Introducción

En mayo del 2018 se creó en el CRUSAM el Boletín Crusantino, medio de divulgación, en formato digital, sencillo tamaño 8.5" x 11" tiro y retiro, con información básica de las actividades que se realizaban mensualmente, este documento impreso salía publicado al final de cada mes. Su génesis se dio gracias a la iniciativa de profesores del centro para crear un medio de divulgación continuo y permanente de las actividades desarrolladas en este centro regional. (Boletín Crusantino, 2018).

La importancia de este medio de comunicación mensual permanente, impreso y digital con noticias frescas, vigentes; era de recabar y compartir toda la información de las diferentes actividades de todas las facultades, de instancias y dependencias del Centro Regional Universitario de San Miguelito. El objetivo principal incluía también preparar a los estudiantes de la carrera de diseño gráfico, para que realizaran sus 120 horas de Servicio Social, Práctica Laboral Supervisada y/o la Práctica Profesional como opción a trabajo de grado.

Se preparó a los estudiantes en la investigación, trabajo en equipo y diagramación, para la creación de este medio digital y de una página web, y un espacio en el drive de Google que albergará toda la información mensual sobre las actividades de investigación, docencia, extensión, promoción, actividades culturales, deportivas y de servicio social en la comunidad, que se llevarán a cabo en el centro; esta información se presentaba mensualmente, y estaba al alcance de todos para el desarrollo y beneficio de la comunidad universitaria; estas publicaciones mensuales incrementan el rendimiento y la excelencia de nuestra casa de estudio, sirviendo como un medio para ser visible ante la faz mundial.

Figura 1.

Portada del Boletín Crusantino, edición de diciembre 2019.



Nota. Tomado de Boletín Crusantino, año 2019.

Figura 1.

Portada del Boletín Crusantino, edición de diciembre 2019.

Nota. Tomado de Boletín Crusantino, año 2019.

Con el objetivo que este medio llegase a más personas de la comunidad del CRUSAM, se plantea a finales del año 2021 una renovación, un cambio, mediante el diseño de una revista digital e impresa partiendo del Boletín Crusantino del año 2018. En la búsqueda de mejorar el diseño,

estética y cobertura de este medio de comunicación, para ello se propuso una investigación, que demostrara la viabilidad de reemplazar el formato impreso por el digital, y renovar la imagen de medio creado en el año 2018, hacia una nueva versión digital.

La importancia de los medios digitales lo plantea la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), quienes publican en el año 2021 el libro: Tecnologías digitales para un nuevo futuro, señalando que las formas para comunicarnos se han logrado mediante tecnologías digitales, estas han masificado y globalizado su uso. El documento señala que “La conectividad ubicua y continua llega a gran parte de la humanidad gracias a la masificación del uso de teléfonos inteligentes y al consiguiente acceso a la información, a las redes sociales y al entretenimiento audiovisual” (CEPAL, 2021, p.9).

La CEPAL, continúa señalando que:

Desde fines de los años ochenta, la revolución digital ha transformado la economía y la sociedad. Primeramente, se desarrolló una economía conectada, caracterizada por la masificación del uso de Internet y por el despliegue de redes de banda ancha. Luego, se desarrolló una economía digital resultado de la expansión del uso de plataformas digitales como modelos de negocios de oferta de bienes y servicios. Y ahora se avanza hacia una economía digitalizada que basa sus modelos de producción y consumo en la incorporación de tecnologías digitales en todas las dimensiones económicas, sociales y medioambientales. (CEPAL, 2021, p. 13).

Continúan señalando que :

En la sociedad, la disrupción digital genera cambios en los modelos de comunicación, interacción y consumo que se reflejan en una mayor demanda de dispositivos, software con más funcionalidades, servicios de computación en la nube y de tráfico de datos, así

como de habilidades digitales básicas para la utilización de las tecnologías asociadas. (CEPAL, 2021, p.13).

El Estatuto de la Universidad de Panamá aprobado en el Consejo General Universitario N° 22- 08 del 29 de octubre de 2008, plantea en diferentes escenarios la importancia y necesidad de hacer publicaciones académicas, científicas y de divulgación.

El Artículo 99, acápite (g) establece que la Vicerrectoría de Extensión está en disposición de “Realizar labores de producción a través de medios audiovisuales y otros, para su difusión y exhibición en la comunidad universitaria y nacional” (p.81).

El mismo Artículo 99, acápite (m): indica “Producir publicaciones periódicas y ocasionales, eventos recreativos, foro, congresos, conferencias y todas las otras actividades de extensión que contribuyan a la conservación, valorización y difusión de la cultura y en especial del patrimonio cultural universitario” (Universidad de Panamá, 2008, p. 82).

La sección segunda de la Secretaría General de la Universidad de Panamá en el Artículo 103 acápite (f): “Editar los Boletines Informativos de la Universidad de Panamá, que le correspondan” (p. 89).

El Artículo 104 acápite (g) señala: “Preparar y ordenar la publicación de avisos y los acuerdos que los órganos de gobierno deseen difundir” (p.90).

La Sección Tercera del Estatuto Universitario de la Dirección General de Centro Regionales y Extensiones Universitarias en el Artículo 106 señala el acápite (d): “Realizar publicaciones del quehacer en los Centros Regionales y Extensiones Universitarias” (p. 92).

Materiales y Métodos

El tipo de investigación es cualitativa descriptiva, se recogerán los datos mediante encuestas y los resultados de estas serán en Excel y a partir de gráficas, que posteriormente serán analizadas. Este proyecto obedece a las líneas de investigación de la Universidad de Panamá: Tecnología de la Información y la Comunicación y Tecnología e Innovación en el Diseño y Producción. Comunicación en Arquitectura y Diseño. (Universidad de Panamá, 2019).

Travieso Aguiar señala que una publicación electrónica inicia en formato electrónico o digital, y su planeamiento, diseño, edición y procesamiento se realizan mediante programas y softwares de computadoras. Estas publicaciones se editan exclusivamente en formato para sitios web. Continúa diciendo...

La publicación electrónica presenta un libro, revista, folleto, catálogo o cualquier otro material en forma digital, igual a la forma impresa, pero con características propias de la digitalización: espacio mínimo, portabilidad, material no alterable por el paso del tiempo, facilidad y economía de distribución, entre otras. Una publicación digital es igual a cualquier otra impresa, pero ella puede ser leída sin necesidad de imprimirla. (Travieso, 2003, s.f).

Las publicaciones académicas en medios impresos y digitales son de gran importancia para el desarrollo y beneficio de la sociedad y de la comunidad universitaria, de su facultad, centro regional o extensión universitaria; se deben realizar periódicamente, y deben ser compartidas con todos los interesados. Ya que estas incrementan el rendimiento y la excelencia en estas

organizaciones, sirviendo como una carta de presentación en su proyección en un mercado educativo; en un entorno universitario fomentan el reconocimiento de las actividades de las diferentes unidades académicas, de los profesores, investigadores, estudiantes y administrativos. Son la evidencia y producto del trabajo constante que ejecuta el profesor investigador o científico para brindarle a la sociedad conocimientos comprobados para mejorar la calidad de vida de los individuos y, por lo tanto, de su entorno.

La agencia Marketing Digital señala que en enero de 2022 habían aproximadamente 3.45 millones de usuarios usando redes sociales; de los 4,395,414 la población de Panamá, en ese año según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo-INEC. (INEC, 2019).

En la misma línea Marketing Digital señala que las personas o internautas de las redes sociales en inicio del 2022, eran cerca del 78.2% de su población en total, teniendo en cuenta que estos pueden dividirse según las redes y plataformas. En un análisis de Kepios se obtuvo que, los usuarios dentro de las redes sociales aumentaron entre el 2021 y el 2022 en 650 mil, lo que quiere decir +23.2% de su totalidad. (Kepios, 2022).

Los datos publicados en la herramienta de publicidad Meta 2022, muestran que, a principios de 2022, Instagram contó con 2,4 millones, los anuncios en Facebook Messenger llegaron a 1,01 millones de usuarios, y Twitter contaba con 495.100 usuarios en Panamá a principios de 2022. Sin embargo, estas tres plataformas digitales limitan el uso a menores de 13 años. (Agencia Marketing Digital, 2022).

Estas estadísticas locales corroboran y demuestran la importancia y efectividad de las redes sociales para la promoción y divulgación de información educativa y de interés social y colectiva para la comunidad de San Miguelito.

Área de Estudio

San Miguelito, es el segundo distrito más poblado de Panamá con alrededor de 380,899 habitantes, según la proyección técnica estimada del INEC al 1 de julio de 2020. (INEC, 2020). El Centro Regional Universitario de San Miguelito matriculó en el segundo semestre del año 2022 4,643 estudiantes, contó con 270 profesores, 27 carreras, 9 maestrías y postgrado, repartidos en la Gran Estación de San Miguelito, en CEFERE, Renacer, Juan Díaz y Chilibre. (Proporcionado de las estadísticas de matrícula del CRUSAM 2022).

La población encuestada (Pre-test) fue a una muestra de noventa y ocho (98) personas de la comunidad del CRUSAM mediante formulario Google, enviado del 13 al 23 de septiembre de 2021 en la primera fase. (Juárez y Perea, 2021).

En la segunda fase, se envió una encuesta (Pos-test) para un segundo diagnóstico, que se realizó mediante una muestra probabilística, a través de un estudio a un grupo expuesto a 30 profesores y estudiantes, de la cual respondieron 26 personas, seleccionados de manera aleatoria. Mediante un formulario enviado de forma virtual del 2 al 6 de enero del 2023. (Juárez y Perea, 2023).

Nace La Revista Conexiones-CRUSAM

La revista Conexiones-CRUSAM nace de la importancia y necesidad de que una unidad académica como el CRUSAM, tenga un medio de divulgación permanente y actualizado de todas las actividades que se desarrollan en la comunidad de San Miguelito y áreas aledañas

Con el objetivo de validar la hipótesis “A mayor promoción y visibilidad de las actividades de investigación, académicas, culturales y de extensión; que se realizan en el Centro Regional Universitario de San Miguelito, mayor será el acceso, el conocimiento y manejo de la información por la comunidad universitaria”, se propone y planificar diseñar una propuesta gráfica del medio de comunicación e información digital (logotipo, imagen, estructura organizativa, cronograma de actividades, recursos y medios de promoción y divulgación).

A. Parte experimental de la primera encuesta (Pre-test)

Se le envió a estudiantes, profesores y administrativos una primera encuesta mediante un formulario de Google Forms denominado: Diseño y Desarrollo de las Publicaciones Digitales del CRUSAM (Pre-test). (Juárez y Perea, 2021).

Se presentan los resultados del primer diagnóstico expuesto

Este primer diagnóstico lo respondieron noventa y ocho (98) personas de la comunidad del CRUSAM, aseguraba la viabilidad, organización y eficacia de un medio de divulgación de las actividades académicas, científicas, culturales y hechos que se desarrollen, y la recomendación de un cambio de imagen al Boletín Crusantino que desde mayo del 2018 se estaba publicando de forma digital e impresa, en el Centro Regional Universitario de San Miguelito de la Universidad de Panamá. (Juárez y Perea, 2021).

Los resultados y análisis a la pregunta 1 presentan que el (52%) de la comunidad del CRUSAM, conocía el Boletín Crusantino, un (35.7%) lo desconocían y un (12.2%) indican que tal vez. En la respuesta a la pregunta 2, el (88.8%) de los encuestados consideró que una publicación mensual digital contribuye a la divulgación de la información, eventos y actividades del centro. Referente a la pregunta 3, el (66.3%) de las personas encuestadas, consideró que algunas publicaciones mensuales digitales contribuyen a la divulgación de la información, eventos y actividades del CRUSAM. Otro grupo (28.6%) de encuestados indicó que todas. Se planteó la pregunta 4, si los encuestados siguen las actividades del CRUSAM a través de las redes sociales, el (70.4%), indicaron que, si siguen las actividades por Instagram, un (15.3%) de los encuestados indicó que por Facebook. La pregunta 5 tenía como objetivo conocer el posible nombre a la nueva

Importar imagen revista de información y divulgación como parte de la renovación del Boletín Crusantino, el (25.5%) de los encuestados seleccionó el nombre de Conexiones CRUSAM. Otro (24.5%) de encuestados indicó que CRUSAM a la Vanguardia. (23.5%) de encuestados indicó que: Generación CRUSAM, otro (20.4%) de los encuestados indicó que EDUCRUSAM. La pregunta 6 pedía a los encuestados recomendar de un listado de posibles segmentos o secciones (para la renovación del Boletín Crusantino) y que tuviera el formato de una revista digital que informara sobre los temas de interés de la comunidad del CRUSAM. Las sugerencias para darle un cambio y agregar otras secciones fueron: el (51%) que 5 Consejos para ti. El (49%) indicaron que sería bueno publicar artículos publicados por docentes o estudiantes; seminarios, diplomados, ferias virtuales, entre otros. Otro (48%) indicó entrevistas/ o perfiles de profesores/ estudiantes y administrativos. Un (39%) favorecen la tabla de contenido/Índice. Otro (29.6%) indican que social/ álbum de fotos. (Juárez y Perea, 2021).

Otro (29.6%) sugirieron la foto artística o académica del mes, (21%), un (20%) establecieron que el editorial, es parte importante de una revista. (Juárez y Perea, 2021).

Nace Conexiones-CRUSAM

Para continuar con el objetivo de lograr la visibilidad de las actividades que se realizan en el Centro Regional Universitario de San Miguelito, desde agosto del año 2021 se planificó la edición de la nueva revista Conexiones-CRUSAM, la misma salió en diciembre de 2021, siendo el primer ejemplar para la cual se desarrollaron varias tareas, luego de tomar como referencia los resultados de la encuesta y de otras variables de carácter comunicativo y de marca, se atendieron los resultados tomando en consideración el nombre que eligieron las personas encuestadas: **Conexiones CRUSAM**.

1. Las secciones de Conexiones CRUSAM son:

Portada, índice, editorial, comité editorial, entrevista, artículos de docentes y de estudiantes, promoción de cursos, congresos, seminarios, diplomados, conferencias, ferias virtuales, entre otras, acción estudiantil (proyectos / eventos), 5 consejos para ti, noticias, foto del mes y trabajos de los estudiantes.

2. Diseño de la nueva imagen gráfica de Conexiones CRUSAM.

Para crear una nueva marca o imagen, deben llevarse a cabo una serie de actividades con detenimiento, mediante una investigación para lograr el éxito esperado de la propuesta. Se presenta a continuación el estudio basado en una investigación, que fue sometida a la consideración de colegas y personas de la comunidad educativa del CRUSAM. Esta investigación incluye aparte de ver a marca como un símbolo que pretende comunicar el

significado de algo tangible, sirve de señal de identidad o identificación a un producto, empresa o servicio (Kotler, 2003).

En la misma vía Ortegón Cortázar señala que todos los esfuerzos de la identidad de marca se concentran en la percepción resultante que se construye en la mente de los consumidores. (Ortegón, 2014).

Las representaciones visuales adoptadas para integrarlas combinan generalmente un elemento de tipo icónico y otro de origen verbal, es decir, el diseño de la marca desde su identidad gráfica debe contener los dos componentes (lingüístico y visual). (Sweeney, 2005).

Una vez elegido el nuevo nombre “Conexiones CRUSAM”, se procedió a diseñar el logotipo como elemento fundamental para la imagen visual de la renovada revista. Como parte del proceso, se establecieron diversas tipografías de la que se seleccionó: Sansita Black para el texto Conexiones y CRUSAM se utilizó la tipografía: Nunito regular.

Figura 2.

Tipografía seleccionada para la palabra título de Conexiones CRUSAM

Propuesta de combinaciones tipográficas para 

Tipografía	Muestra
Sansita Black Nunito Regular	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.</p> <p><small>Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at</small></p>

Nota. Las tipografías presentadas obedecen al estudio de la línea gráfica de la imagen de la nueva revista digital mensual de divulgación Conexiones CRUSAM.

Figura 2.

Tipografía seleccionada para la palabra título de Conexiones CRUSAM

Nota. Las tipografías presentadas obedecen al estudio de la línea gráfica de la imagen de la nueva revista digital mensual de divulgación Conexiones CRUSAM.

La tipografía seleccionada para el logo que es este caso particular es un imagotipo pues es la conjunción o la unión, fusión o trabajo en perfecto equilibrio del logotipo (el texto Conexiones- CRUSAM) más isotipo (la X con el diseño de la señal de comunicación).

Un imagotipo es la representación gráfica de dos elementos: palabras o texto junto al icono. Trabajan juntos, sin embargo, la parte textual y la parte gráfica se encuentran bien diferenciados y no están fusionados en uno, eso significa que puede utilizarse por separado, en otras propuestas de diseño de Conexiones-CRUSAM. El resultado del diseño es un conjunto en equilibrio y perfecta armonía. Nada está fuera de lugar y todo funciona visualmente al unísono.

Figura 3.

Pictograma del Logo de Conexiones CRUSAM



Figura 3.

Pictograma del Logo de Conexiones CRUSAM

sf

El logo de Conexiones CRUSAM está formado por un pictograma que lo forma una especie de X baja, con los bordes redondeados o curvos, dejando entre el cruce o punto central un espacio

bastante aceptable para colocarle los elemento a color: un punto color verde y dos curvas: un segmento de una curva en color amarillo y arriba otro segmento más grande en color rojo ambas iguales con los bordes redondeados. Esta figura representa la marca de Conexiones, una forma de difusión para la noticia y la información; es un dibujo, icono, que se relaciona con la señal de los transmisores de antenas de comunicación.

Figura 4.

Paleta de colores o Pantone para el logo de Conexiones CRUSAM



Nota. Los colores escogidos para el logo o imatipo de Conexiones CRUSAM fueron: verde #95C11F, amarillo #F9B233, rojo #E94E1B y negro #000000 (Imagen N°.2).

Figura 4.

Paleta de colores o Pantone para el logo de Conexiones CRUSAM

Nota. Los colores escogidos para el logo o imatipo de Conexiones CRUSAM fueron: verde #95C11F, amarillo #F9B233, rojo #E94E1B y negro #000000 (Imagen N°.2).

Figura 5.

Imagotipo de Conexiones CRUSAM



Figura 5.

Imagotipo de Conexiones CRUSAM

sf

Contenido de la revista digital Conexiones CRUSAM.

La revista digital Conexiones CRUSAM, está catalogada como revista de divulgación nacional e internacional, ya que al ser publicada en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter, tiene cobertura internacional, y personas de otros países pueden y tienen acceso a esta revista mensual, conociendo así toda la información que se publica. Cada publicación mensual, tiene un tema específico, para la cual el comité editorial se reúne con mucha antelación y elige los temas centrales de cada edición, las personas que serán entrevistadas, las portadas y los otros contenidos. El contenido que se produce en el mes siempre es revisado y depurado tanto por los editores, coordinadora de diseño, por la directora de la revista y por la correctora de estilo y redacción, eso contribuye a lograr una buena publicación sin errores y de fácil comprensión.

4. **Conexiones CRUSAM** tiene un tamaño de 8.5 x 11 pulgadas, diseñada en formato digital en el programa ilustrador inicialmente, sin embargo, ya está siendo diseñada en el programa InDesign, mediante una plantilla diagramada para colocar la información escrita y las ilustraciones (fotos, carteles, flyers, letreros, dibujos en jpg o png). Se planifica adicional imprimir mensualmente varios ejemplares para que reposen en el salón de profesores y en la biblioteca, de igual forma colocarla en hojas separadas y pegarlas en un mural en el pasillo principal del centro regional, para que toda la comunidad universitaria del CRUSAM tenga acceso a ella.

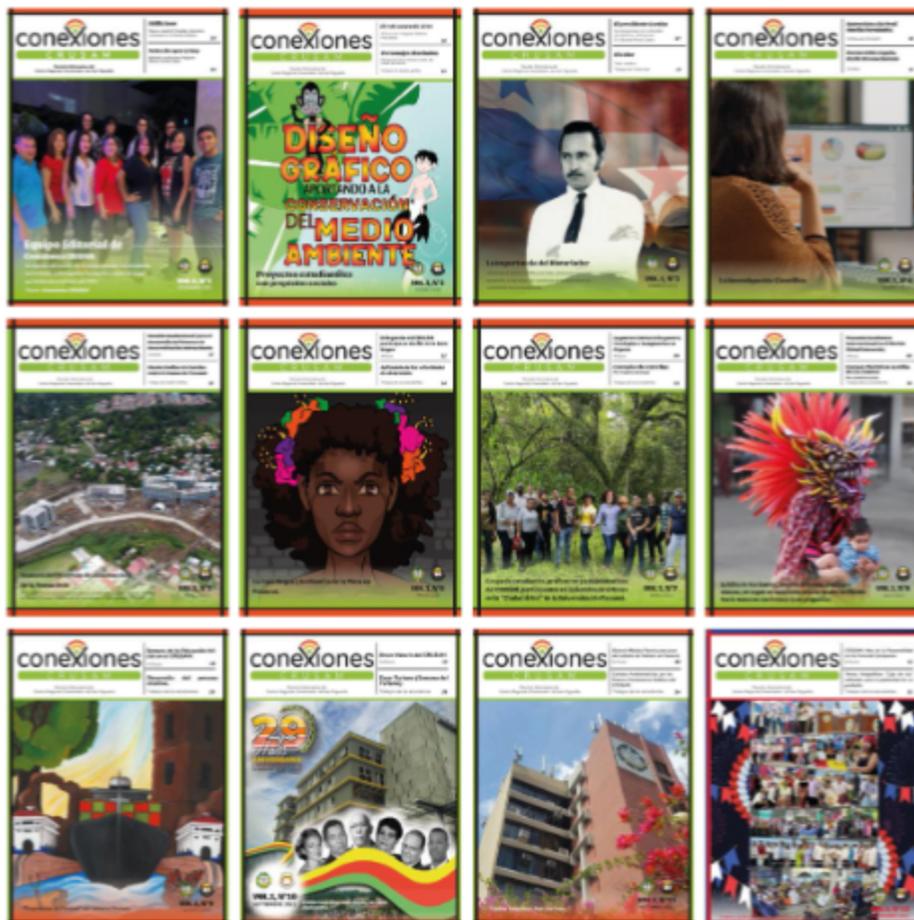
Creación y manejo de las redes sociales de Conexiones CRUSAM.

Se crearon cuentas en las redes sociales más populares: Facebook, Instagram y Twitter. El diseño y contenido también es manejado por estudiantes en el cumplimiento de su labor social. Se crearon las cuentas:

- a. **Facebook:** <https://www.facebook.com/conexionescrusam>
- b. **Instagram:** <https://www.instagram.com/ccrusam/>
- c. **Twitter:** <https://twitter.com/CCrusam>

Figura 6.

Portadas de los ejemplares de la revista digital Conexiones CRUSAM



Nota. Se presentan todas las ediciones de Conexiones CRUSAM, que reposan en un repositorio de la revista.

Figura 6.

Portadas de los ejemplares de la revista digital Conexiones CRUSAM.

Nota. Se presentan todas las ediciones de Conexiones CRUSAM, que reposan en un repositorio de la revista.

Resultados y Discusión

Parte experimental de la segunda encuesta (Pos-Test)

Luego de haber diseñado la nueva imagen de Conexiones-CRUSAM, de estar un año renovada, puesta en circulación, y de estar en las redes sociales, se aplicó otra encuesta (PosTest). Los resultados del segundo diagnóstico se realizaron mediante una muestra probabilística, a través de un muestreo de estudio de un grupo expuesto a 30 profesores y estudiantes, de la cual respondieron 26 personas, seleccionados de manera aleatoria. Mediante un formulario enviado de forma virtual del 2 al 6 de enero del 2023. (Juárez y Perea, 2023).

Se presentan los resultados del segundo diagnóstico expuesto

- Los encuestados fueron 20 mujeres (76.9%) y 6 hombres (23.1%).
- De los 14 de los encuestados fueron profesores (53.8%) y 12 estudiantes (46.2%)
- De los encuestados 10 son de la facultad de Arquitectura y Diseño (23.1%), 6 de la facultad de Administración de Empresas y Contabilidad (38.5%), 5 de la facultad de Administración Pública (23.1%), 3 de la facultad de Ciencias de la Educación (11.5%), 1 de la facultad de
- Los encuestados fueron 20 mujeres (76.9%) y 6 hombres (23.1%).
- De los 14 de los encuestados fueron profesores (53.8%) y 12 estudiantes (46.2%)
- De los encuestados 10 son de la facultad de Arquitectura y Diseño (23.1%), 6 de la facultad de Administración de Empresas y Contabilidad (38.5%), 5 de la facultad de Administración Pública (23.1%), 3 de la facultad de Ciencias de la Educación (11.5%), 1 de la facultad de
- Importar imagen Informática, Electrónica y Comunicaciones y 1 de la facultad de Humanidades.
- Atendiendo a la interrogante si conocen Conexiones CRUSAM 20 de los encuestados (76,9%) afirma que, si conocen la revista, 5 (19,2%) no la conocen y 1 (3,8) indica que tal vez.
- 22 de los encuestados(84,6%) consideran que una publicación mensual digital contribuye a la divulgación de la información, eventos y actividades del CRUSAM, 3 (11,5%) que no, y 1 (3,8%) que tal vez.
- El (88,5 %) 23 personas conocen las redes sociales del CRUSAM.
- Los encuestados fueron 20 mujeres (76.9%) y 6 hombres (23.1%).
- De los 14 de los encuestados fueron profesores (53.8%) y 12 estudiantes (46.2%)
- De los encuestados 10 son de la facultad de Arquitectura y Diseño (23.1%), 6 de la facultad de Administración de Empresas y Contabilidad (38.5%), 5 de la facultad de Administración Pública (23.1%), 3 de la facultad de Ciencias de la Educación (11.5%), 1 de la facultad de
- Importar imagen Informática, Electrónica y Comunicaciones y 1 de la facultad de Humanidades.
- Atendiendo a la interrogante si conocen Conexiones CRUSAM 20 de los encuestados (76,9%) afirma que, si conocen la revista, 5 (19,2%) no la conocen y 1 (3,8) indica que tal vez.
- 22 de los encuestados(84,6%) consideran que una publicación mensual digital contribuye a la divulgación de la información, eventos y actividades del CRUSAM, 3 (11,5%) que no, y 1 (3,8%) que tal vez.
- El (88,5 %) 23 personas conocen las redes sociales del CRUSAM.
- La afluencia de los encuestados a las redes sociales fue favorable, ya que 21 de ellos (80.8%) revisan Instagram, 12 personas (46,2%) Facebook y 2 (7,7%) Twitter.
- Las secciones de la revista Conexiones CRUSAM que les pareció más interesante: de los 26 encuestados: 18 (69,2 %) indicaron que los artículos publicados por los profesores, a 16 personas (61,5 %) le pareció interesante los trabajos y proyectos de los estudiantes; 13 (50 %) opinaron que les llamó la atención la promoción e información de cursos, congresos, seminarios, 9 encuestados (34,6 %) indicaron que las entrevistas, otros 8 encuestados (30,8 %) le pareció interesante el editorial, 4 (15,4 %) la foto del mes, y 4 (15,4 %) los 5 consejos.

- Como sugerencia, ¿Qué otra sección desearía que fuese incluida en Conexiones CRUSAM?.

De las 26 personas que respondieron, su opinión fue: concursos, caricaturas, temas de salud, sesión de opinión de estudiantes y educadores con temas de actualidad, pancartas, giras académicas de nuestros estudiantes y proyectos de servicio social, recetas.

- Se presentaron correos y teléfonos de personas que están anuentes a participar como apoyo, con artículos o pertenecer al cuerpo editorial de Conexiones CRUSAM. (Juárez & Perea, 2023).

Conclusiones

Los resultados del primer diagnóstico aseguraban la viabilidad, organización y eficacia de un medio de divulgación de las actividades académicas, científicas, culturales y hechos que se desarrollen, recomendaron un cambio de imagen al Boletín Crusantino que desde mayo del 2018 se estaba publicando de forma digital e impresa, en el Centro Regional Universitario de San Miguelito de la Universidad de Panamá.

El (52%) de la comunidad del CRUSAM, conocía el Boletín Crusantino, un (35.7%) lo desconocía y un (12.2%) indican que tal vez.

El (88.8%) de los encuestados consideró que una publicación mensual digital contribuye a la divulgación de la información, eventos y actividades del centro (70.4%), indicaron que siguen las actividades del CRUSAM a través de las redes sociales por Instagram y por Facebook.

Posterior a un año de crear, renovar y divulgar Conexiones-CRUSAM mediante las redes sociales. Los resultados del segundo diagnóstico se realizaron mediante una muestra probabilística, los resultados evidenciaron que de los encuestados 14 fueron profesores (53.8%) y 12 estudiantes (46.2%).

La muestra presentada demostró que en un año de estar publicando Conexiones CRUSAM un (76,9%) 20 personas afirman que, si conocen la revista, sin embargo 5 (19,2%) no la conocen, esta respuesta demuestra que se debe promocionar más la revista, hasta logra un máximo de (80%) de que la revista sea reconocida.

El 84,6%), 22 de los encuestados consideró que una publicación mensual digital contribuye a la divulgación de la información, eventos y actividades del CRUSAM, este porcentaje no varió mucho, en comparación de la encuesta anterior.

En comparación con la afluencia a las redes sociales de Conexiones CRUSAM de las 23 personas encuestadas (88,5 %) la conocen y la siguen.

Conociendo ya la revista Conexiones CRUSAM, de los 26 encuestados, 18 personas (69,2 %) les pareció más interesante los artículos publicados por los profesores, 16 personas (61,5 %)

favorecen los trabajos y proyectos de los estudiantes; 13 (50 %) opinaron que les llamó la atención la promoción e información de cursos, congresos, seminarios, 9 encuestados (34,6 %) indicaron que las entrevistas, otros 8 encuestados (30,8 %) le pareció interesante el editorial, 4 (15,4 %) la foto del mes, y 4 (15,4 %) los 5 consejos. En resumen, la gran mayoría acepta y está consciente que la revista contiene buenos segmentos.

Esta investigación dio por resultado el beneficio y aceptación de este medio de comunicación y divulgación de las actividades del Centro Regional Universitario de San Miguelito frente a la comunidad universitaria.

De esta manera Conexiones CRUSAM cumple lo que establece el Estatuto Universitario, llegando a la mayor cantidad de personas de la comunidad de San Miguelito con información de las actividades que se realizan, dándole promoción y divulgación mediante la misma.

Referencias Bibliográficas

- Agencia Marketing Digital-AMD. (2022). Estadísticas de marketing digital Panamá. Bogotá Colombia. agenciadigitalamd.com/amd-agencia-digital/
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL. (2021). Tecnologías digitales para un nuevo futuro (LC/TS.2021/43), Santiago, Chile.
- Gómez A, Jiménez S y Moreles J. (2014). Publicar en revistas científicas, recomendaciones de investigadores de ciencias sociales y humanidades. Revista mexicana de investigación educativa RMIE vol.19 no.60 México ene./mar. 2014, versión impresa ISSN 1405-6666. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662014000100008
- Huamaní, Ch, Mayta-Tristán, P. (2008). Apreciación estudiantil sobre la capacitación universitaria en investigación: estudio preliminar. Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, 25(3),325-329.[fecha de Consulta 28 de Diciembre de 2020]. ISSN: 1726-4642. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=363/36311611014>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo-INEC. (2016-20). Panamá en Cifras. Panamá.
- Juárez, J & Perea, I. (2021). Encuesta: Diseño y Desarrollo de las Publicaciones Digitales del CRUSAM. Enviado del 13 al 23 de septiembre mediante formulario google. 2021 https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeJHkTkpqL7uglkDaWYglzsZ8x8LRpZuf18KCw_rbRVeKL_xg/viewform?usp=sf_link
- Juárez, J & Perea, I. (2023). Encuesta: Diseño y Desarrollo de las Publicaciones Digitales del CRUSAM. Fue enviado de forma virtual del 2 al 6 de enero del 2023 mediante formulario Google. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdvAHEGAIWh_AQkttfAGrNx1pYYOfNcmsATk7ythqlUwXy9MQ/viewform?usp=sf_link
- Kepios: Asesoría y servicios empresariales. (2022). Tendencias digitales. Suiza. kepios.com/home
- Kotler, P. (2003). Dirección de marketing. México: Prentice Hall.
- Meta Publicidad. (2022). Crear una campaña de publicidad con Meta for Business https://estardondeestes.com/movi-es/articulos/crear-una-campana-de-publicidad-con-metaforbusiness?site_name=movi&lang_name=es&d=Any#:~:text=Meta%20for%20Business%20es%20una,mejor%20conectividad%20con%20los%20usuarios.
- Ortegon Cortázar, L. (2014). Gestión de marca: conceptualización, diseño, registro, construcción y evaluación. Bogotá, Colombia: Editorial Politécnico Gran colombiano. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/upanama/70994?page=57>.
- Molina-Ordóñez, J. Solanet, M. A. y Martí, M. L. (2019). Redes sociales: educación y valores. ANI - Academia Nacional de Ingeniería. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/upanama/144314?page=29>.
- Sweeney, F. E. (2005). ¿Marca, logotipo, imagotipo ... ? El problema de la terminología en la definición de conceptos en el diseño gráfico. Episteme, 2(5).
- Travieso Aguiar, M. (2003). Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI Ing. ACIMED v.11 n.2 Ciudad de La Habana-Cuba. <http://eprints.rclis.org/5101/1/publlicaciones.pdf>
- Universidad de Panamá. (2019). Líneas de Investigación Homologadas por Facultad. <https://vicinvestigacion.up.ac.pa/sites/vicinvestigacion/files/2019-04/lineasdeinvestigacionporareasdeconocimiento.pdf>

Universidad de Panamá. (2008). Estatuto de la Universidad de Panamá. Aprobado en el Consejo General Universitario N° 22-08 septiembre del 29 de octubre.

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/journal/213/2135157011/2135157011.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Jackeline Juárez, Ilka Perea, Nubia Ávila, Edgardo Rodríguez
Diseño y desarrollo tecnológico en publicaciones digitales y en redes sociales de las actividades del Centro Regional Universitario de San Miguelito
Design and Technological Development in Digital Publications and Social Networks of the activities of the Regional University Center of San Miguelito
Desenho e Desenvolvimento Tecnológico em Publicações Digitais e Redes Sociais das atividades do Centro Universitário Regional San Miguelito

Orbis Cognita

vol. 8, núm. 1, p. 206 - 227, 2024

Universidad de Panamá, Panamá

revista.orbiscognita@up.ac.pa

ISSN-E: 2644-3813