

**Plan de comunicación de la Institución Universitaria Digital de Antioquia para la población con discapacidad auditiva**

**Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Periodista**

**Valentina Velásquez García**

**Asesor  
Herbert Martínez Restrepo  
Comunicador Social – Periodista  
Especialista en Mercadeo**

**Corporación Universitaria Lasallista  
Facultad de Ciencias Sociales y Educación  
Comunicación y Periodismo  
Caldas – Antioquia  
2019**

## Contenido

<b>Lista de Ilustraciones.....</b>	<b>3</b>
<b>Lista de Apéndices.....</b>	<b>4</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>5</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>6</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>8</b>
<b>Impacto científico y tecnológico .....</b>	<b>8</b>
<b>Impacto social y económico .....</b>	<b>10</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivo general.....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>12</b>
<b>Marco teórico.....</b>	<b>13</b>
<b>Diagnóstico de comunicación .....</b>	<b>19</b>
<b>Experiencias.....</b>	<b>21</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>22</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>24</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>30</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>32</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>34</b>

## Lista de Ilustraciones

<b>Ilustración 1 Encuesta persona sorda - Andrés Cardona.....</b>	<b>26</b>
<b>Ilustración 2 Encuesta persona sorda - Andrés Cardona.....</b>	<b>27</b>
<b>Ilustración 3 Encuesta persona sorda - Daniela Yepes .....</b>	<b>28</b>
<b>Ilustración 4 Encuesta persona sorda - Daniela Yepes .....</b>	<b>29</b>

## Lista de Apéndices

<b>Apéndice A. Transcripción de audio a la entrevista de Marcel Cristofer García Hernández, intérprete de lengua de señas .....</b>	<b>34</b>
<b>Apéndice B Transcripción de audio a la entrevista de Yaneth Cristina Medina Benítez, intérprete de lengua de señas .....</b>	<b>36</b>
<b>Apéndice C Transcripción de audio a la entrevista de Jovana Gisela García Hernández, intérprete de lengua de señas .....</b>	<b>38</b>
<b>Apéndice D. Plan de comunicación.....</b>	<b>40</b>

## Resumen

El Plan de comunicación de la Institución Universitaria Digital de Antioquia para la población con discapacidad auditiva es un proyecto realizado por Valentina Velásquez García, estudiante de la Corporación Universitaria Lasallista y practicante de Excelencia de la Gobernación de Antioquia, específicamente, en la oficina de comunicaciones de la Secretaría de Educación.

El proyecto se realiza con fin de que la IU Digital como entidad educativa implemente desde lo comunicativo el plan de comunicación, para así ampliar la cobertura y permita que personas con discapacidad, en este caso, los sordos puedan acceder a la educación superior y tener más opciones laborales.

Uno de los objetivos del Desarrollo Sostenible es brindar una educación de calidad y continuando en esa sintonía, se pretende que la IU Digital fortalezca y empiece a implementar una comunicación y educación inclusiva, y así ningún ciudadano se quede por fuera de la educación superior. Si la educación digital ha permitido reducir las brechas geográficas, económicas, por qué no apostarle a continuar disminuyendo las barreras físicas o incluso cognitivas desde la educación inclusiva digital.

Si la Universidad Digital a futuro implementa la educación inclusiva, es necesario que conozca los ecosistemas digitales que la población sorda utiliza y la metodología que deben abordar en la comunicación de acuerdo a las necesidades del público objetivo, además de identificar cómo es la mejor manera para comunicarse con ellos.

**Palabras clave:** comunicación inclusiva, plan de comunicación, ecosistemas digitales, población sorda, educación digital, educación inclusiva.

## Introducción

Las personas con discapacidad auditiva aprenden y consideran la lengua de señas como su idioma nativo y al español como su segundo idioma. A la luz de esto, se presentan discriminaciones y comunicaciones poco asertivas, ya que la mayoría de oyentes desconocen el lenguaje de señas y no lo ven como una necesidad.

Es por esto, que cada vez más en Colombia y en diferentes países como México y España se habla de la inclusión educativa, laboral, cultural, en todos los aspectos de la vida, para disminuir la exclusión.

Por ello, a través de este trabajo se pretende fortalecer la comunicación y la educación inclusiva, además que desde la educación superior las personas sordas tengan más espacios y puedan optar por un título universitario que servirá a la hora de conseguir trabajo. Adicionalmente, se pretende identificar cuáles son los ecosistemas o canales digitales más utilizados por las personas sordas que pueden llegar a ser de provecho para el aprendizaje virtual, de acuerdo a sus gustos, conocimientos y necesidades.

Por otro lado, se espera identificar referentes de cómo en otros países o en Instituciones Educativas han vivenciado desde las plataformas digitales procesos y experiencias significativas edu-comunicativas con las personas sordas. Conociendo cuáles son las plataformas más utilizadas y teniendo referentes, se caracterizan los canales digitales para que la IU Digital conozca cómo y por qué medio debe dirigirse a la población no oyente y así empezar a brindar una educación inclusiva de forma 100% virtual.

Lo anterior con miras a promover en la población sorda programas de la mencionada entidad educativa para así elevar su calidad de vida, a través de mejores oportunidades laborales, culturales, educativas y mejor inserción en la sociedad.

## **Justificación**

### **Impacto científico y tecnológico**

Se plantea diseñar un plan de comunicación para la Institución Universitaria Digital de Antioquia con el fin de impactar a la población con discapacidad auditiva, ya que hasta el momento la IU Digital no contempla en su oferta académica ese público. Asimismo, la Institución está en crecimiento y es un proyecto que apenas está comenzando, por lo que necesita propuestas e ideas que la ayuden a crecer.

De esta manera, con el trabajo de grado se propone dejar un documento que a futuro la IU Digital pueda implementar, además que se potencialice y de esta forma amplíe la oferta académica para convertirse en la primera Institución de educación superior 100% digital con enfoque inclusivo en Antioquia.

Un plan de comunicación es importante, porque permite establecer las metas y objetivos a alcanzar en determinado tiempo. Las estrategias que se exponen en el plan son para fortalecer la comunicación con el público objetivo, además de generar un acercamiento para transmitir la información deseada. En el plan de comunicación se deberá analizar la empresa, sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

También, definir objetivos que sean medibles, alcanzables en un tiempo determinado. Se debe seleccionar el público objetivo y sus necesidades, e identificar cuál es el mensaje que se desea comunicar, dejar claro cuáles son los recursos y presupuesto para llevar a cabo las estrategias comunicacionales.

Con la llegada de la cuarta revolución industrial las empresas cambiaron la manera de comunicarse, ahora las audiencias no son pasivas, sino audiencias activas

que cuestionan y tienen mayor acceso a la información. A la luz de esto, la Institución debe ser fiel a su razón de ser y con una buena comunicación digital puede llegar a otros públicos y así crecer como universidad. Es por esto, que las estrategias comunicacionales que se plasmarán en el plan ayudarán a la IU Digital a ampliar la oferta académica para la población sorda y que sean los ecosistemas digitales los encargados de potencializar la relación entre la IU Digital y el público objetivo que presente necesidades frente a la educación superior.

Las herramientas digitales se han convertido en opciones para empresas de productos y servicios, inclusive para el diario vivir de las personas. Es una oportunidad para mejorar la comunicación, tener mayor alcance, mayor receptividad de los mensajes, disminución de las brechas en la comunicación. Además, la velocidad al recoger y entregar información, la flexibilidad de horario y de conectarse desde cualquier lugar del territorio, por lo que hoy se habla de una economía digital, basada en cubrir las necesidades humanas con solo un clic.

La educación convencional también ha tenido que adoptar elementos como las TIC para el desarrollo de sus clases y la educación superior no se ha quedado atrás, dando a conocer los beneficios que esta trae para los estudiantes en inversión, tiempo, cupo, alternativas y flexibilidad.

Es importante que la educación se esté pensando en el uso y aprovechamiento de las TIC, y así reducir las brechas de la educación para que todas las personas sin importar el territorio u otras limitaciones puedan acceder a la educación digital.

## **Impacto social y económico**

El trabajo de grado busca mejorar uno de los proyectos bandera de la Secretaría, la IU Digital de Antioquia, para que amplíe su cobertura en el Departamento beneficiando a personas con discapacidad auditiva.

Según la Secretaría Seccional de Salud y Protección Social de Antioquia a la fecha hay 7.020 mil personas con discapacidad auditiva en el Departamento, pero en los 117 municipios no certificados hay 3.159 personas no oyentes. Las cifras son altas y deben ser tenidas en cuenta para mejorar la calidad de vida de estas personas con discapacidad que presentan muchos talentos para aporta a la sociedad, solamente que a veces necesitan espacios que los involucren y desde la educación se puede lograr.

El alcance social que tendrá el trabajo es significativo, ya que la IU Digital podrá acercarse y contemplar otro público, además los beneficios de generar una educación inclusiva, mitigando las barreras geográficas, físicas, económicas en el Departamento. La Institución Universitaria al tener una metodología digital podrá llegar a toda Colombia ofreciendo educación inclusiva.

En cuanto a los beneficios económicos, el departamento de comunicaciones y mercadeo de la IU Digital al tener un plan de comunicación enfocado en la población sorda ya tendrá un avance y ahorrarán en tiempo, recursos humanos y físicos. Desde esta perspectiva, el impacto económico deberá ser entendido en términos de inversión en las aptitudes y destrezas de la población beneficiada para calificar su mano de obra, y no asumirlo como un gasto improductivo de recursos.

Adicionalmente, el plan de comunicación al tener un diagnóstico deja resultados contundentes para saber qué canales de comunicación son más efectivos y adecuados para la población no oyente.

Y desde los ecosistemas digitales identificar las herramientas que los ayuden a posicionar la IU Digital como una Institución de carácter virtual que es inclusiva en el departamento de Antioquia. Si a futuro el plan de comunicación se ejecuta se potencializa el mercado, se generarían más opciones de empleo para las personas sordas y la Universidad Digital aparte de ampliar su cobertura, sería vista como una institución inclusiva, comprometida por el desarrollo del Departamento y de la educación en general.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar plan de comunicación que le permita a la Institución Universitaria Digital de Antioquia promocionar sus servicios a la población con discapacidad auditiva a través de ecosistemas digitales.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico de comunicaciones para identificar cuáles son los canales digitales del ecosistema que la población con discapacidad auditiva utiliza para comunicarse.
- Identificar experiencias significativas comunicacionales de la población sorda con enfoque educativo.
- Caracterizar los canales digitales con el fin de que la IU Digital pueda dar soluciones comunicativas a las necesidades del público objetivo.

## Marco teórico

La (Seccional de Salud y Protección Social, 2019) en su último informe arrojó que en Antioquia hay 7.020 personas con discapacidad auditiva, es decir, el 0,11% de la población actual del Departamento. Si bien el porcentaje no es superior comparado al 100% de la población, no deja ser un sector relevante para fortalecer una cultura y sociedad inclusiva.

Según el informe de la Seccional de Salud de Antioquia las personas que más presentan discapacidad auditiva están entre los 20 y 34 años, siendo predominante el género masculino. De igual forma, de esas 7.020 personas no oyentes solo hay 401 en la educación superior.

A la luz de esto, la Gobernación de Antioquia en 2015 adoptó la política pública de Discapacidad e Inclusión Social en el Departamento, a través de la Ordenanza N°9, en defensa de la inclusión y el fortalecimiento de la sociedad. Desde la Gobernación, diferentes dependencias, en especial la Secretaría de Educación empezó a trabajar la educación inclusiva según lo establecido por los Objetivos del Desarrollo Sostenible 2030.

Uno de los objetivos que plantea la (Organización de Naciones Unidas (ONU). 2015) es brindar una educación de calidad, dignificando a las personas, a través de enseñanzas inclusivas donde cada niño, joven y adulto cumplan el derecho de acceder a la educación, sin importar la etnia, la posición económica, las limitaciones físicas o geográficas.

De esta manera se planteó diseñar un plan de comunicación para la Institución Universitaria Digital de Antioquia, para que a futuro puedan ampliar su cobertura académica ofreciendo una educación inclusiva, principalmente a personas sordas. Por eso se plantea sustentar teóricamente algunos conceptos desarrollados en el trabajo.

En primer lugar, es importante identificar qué se considera discapacidad para así comprender mejor por qué las personas que la presentan se pueden llegar a sentir excluidos en medio de la sociedad.

La discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás (ONU, 2006).

Asimismo, las personas sordas son aquellas que presentan dificultades para percibir por medio de la audición los sonidos del ambiente y los sonidos del lenguaje oral. Hay diferentes tipos de sordera, unas son genéticas, otras se van creando por infecciones o por ruidos excesivos que afectan los oídos. Las personas sordas son aquellas que se mueven visualmente por el mundo, adoptan como lengua natural la lengua de señas, un símbolo de identidad que a su vez se convierte en una cultura, con sus propias costumbres, valores propios de los no oyentes (Ministerio de Educación de Chile, 2007, p.7).

Las personas oyentes al desconocer la cultura de los no oyentes y vivir en el mismo país, pero sin poder comunicarse, además de habilitar y adecuar espacios para unos pocos y no para todos fomenta la exclusión. Esta se presenta cuando determinado

grupo social no acepta al otro tal y como es, además de estar en desventaja con otras personas, ya sea por recursos económicos, físicos, servicios, etc. Las personas que son excluidas son aquellas que no tienen acceso o se les dificulta acceder a oportunidades formativas, culturales, laborales o por políticas que presente el país o ciudad al que pertenecen (“Exclusión”, 2019).

Cuando hay exclusión se puede hablar de que existe un vacío en la comunicación, dado que las personas oyentes y no oyentes son muy poco lo que comparten. Asimismo, las oportunidades son escasas, y es por eso que el trabajo tiene como objetivo lograr que desde la comunicación se abran espacios, en este caso, con respecto a la educación superior para que más personas con discapacidad auditiva sean profesionales, se apropien de más espacios y tenga la confianza de poder tener un empleo.

Sin embargo, Colombia a través de estrategias como el uso de las TIC en la educación ha permitido reducir las brechas geográficas y económicas, permitiendo que más personas se formen desde cualquier lugar del territorio, con horarios flexibles, sin tener que desplazarse, por lo que se ahorraría alimentación, transporte y fotocopias, porque con la era digital contribuye al medio ambiente en la disminución del papel.

García Aretio (como se citó en García, 1986) afirma que:

La educación a distancia es una estrategia educativa basada en la aplicación de la tecnología al aprendizaje sin limitación del lugar, tiempo, ocupación o edad de los estudiantes. Implica nuevos roles para los alumnos y para los profesores, nuevas actitudes y nuevos enfoques metodológicos.

De igual forma, en una organización la comunicación es fundamental y de esta manera también ayuda mitigar las brechas o ruidos que se presenten. Es así como en su investigación Rivera, Rojas, Ramírez y Álvarez (2005) afirman que:

La comunicación es una herramienta de gestión porque permite reducir la incertidumbre del futuro y desarrollar perspectivas acerca del comportamiento social de los individuos; cuando la comunicación es fluida, los procesos de intercambio se asignan, se delegan funciones y se establecen compromisos en todos los niveles.

A la luz de esto es importante la definición que plantea la (Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad 2008) acerca de la comunicación y el lenguaje.

La “comunicación” incluirá los lenguajes, la visualización de textos, el Braille, la comunicación táctil, los macrotipos, los dispositivos multimedia de fácil acceso, así como el lenguaje escrito, los sistemas auditivos, el lenguaje sencillo, los medios de voz digitalizada y otros modos, medios y formatos aumentativos o alternativos de comunicación, incluida la tecnología de la información y las comunicaciones de fácil acceso; de igual forma el “lenguaje” se entenderá tanto el lenguaje oral como la lengua de señas y otras formas de comunicación no verbal.

A la luz de esto, donde la comunicación es un todo también los canales por donde se transmite la información o permite llevar a cabo la comunicación se han transformado con el internet, las redes sociales y las diferentes plataformas digitales.

Con la incorporación de la web 2.0 las comunicaciones interactivas se expanden hacia nuevos modelos de redes sociales. Si en las comunicaciones interactivas anteriores se observaba ya un cambio en los paradigmas tradicionales por el intercambio de papeles de emisores y receptores, con las redes sociales se traslada todo ello a los usos entre los propios usuarios en cuyos casos nadie se siente como emisor ni receptor sino como un comunicante de intercambios de mensajes (Cebrián, 2008).

Un ecosistema digital se caracteriza por identificar los modelos de comunicación, los nuevos medios y cómo se comporta el público en Internet.

“Internet responde más a la definición de “espacio de comunicación” en el que convergen o pueden darse diferentes tipos de comunicación, entre ellas, sin lugar a dudas también, la comunicación de masas: pasiva, unívoca y centrada en el emisor” (García, 2005).

Asimismo, García (2005) asegura que algunas de las principales formas de comunicación o nuevos medios son: • Diarios digitales • Buscadores y directorios • Portales • Comunidades virtuales • Redes ciudadanas • Bitácoras o Weblogs.

Finalmente, las nuevas tecnologías han permitido la mitigación de barreras, en especial, para las personas con discapacidad. Así lo ratifican Hernández, Pulido y Arias (2014) en su investigación que:

Los desarrollos tecnológicos utilizados como herramientas para la población con discapacidad auditiva han tenido gran influencia, y han permitido el mejoramiento en la calidad de vida de estas personas; debido

a que la tecnología sigue avanzando, cada día se pueden encontrar más y mejores soluciones que permitan el desarrollo de nuevos dispositivos.

## Diagnóstico de comunicación

El diagnóstico de comunicaciones no se realizó con una muestra representativa de la población sorda, ya que lo que se buscaba era un pequeño acercamiento con la población o con personas que tienen mayor contacto con ellos para dar respuesta a algunas preguntas y sirviera de guía para plantear las estrategias del plan de comunicación.

Los criterios para escoger los entrevistados es que fueran intérpretes de Lengua de Señas colombiana, que tuvieran una gran experiencia en el gremio y en el contacto con la población sorda. De igual forma, las dos personas sordas que estuvieron dispuestas a responder el formulario se seleccionaron con base a que estuvieran próximos a iniciar la educación superior, además hacen parte de la generación de Internet, del uso de las plataformas digitales en su diario vivir.

De igual se hizo un rastreo de investigaciones realizadas con población sorda y las dificultades que han presentado para iniciar la educación superior en Latinoamérica. Concluyendo que las universidades tanto públicas como privadas no se han preparado lo suficiente para brindar una educación inclusiva, principalmente, a los sordos. Si bien en la investigación realizada por el estudiante Miguel Ángel Salazar de la Universidad Autónoma Latinoamericana “Estrategias para la inclusión de estudiantes sordos en la educación superior Latinoamericana” afirma que el bilingüismo permite la mejora en habilidades comunicativas del sordo y el biculturalismo, que facilite la inclusión como forma de interactuar entre el mundo sordo y el oyente.

Asimismo, plantea que las Instituciones de Educación Superior deben replantear los exámenes de admisión y el acceso a la educación, ya que no son incluyentes con esta población, incluso olvidando que por ley una persona sorda tiene derecho a contar con un intérprete en el aula de clase.

De esta forma, las conclusiones que deja el diagnóstico es que las personas sordas saben manejar los dispositivos móviles, de igual forma hacen uso de las plataformas digitales principalmente de las redes sociales, lo que ha facilitado su interacción y acercamiento con la población oyente.

También se concluye que las personas sordas sí están preparados para iniciar la educación superior de manera virtual siempre y cuando cada uno de los contenidos esté traducido en el lenguaje de señas y se realice una alfabetización digital.

En adición, una de las redes sociales que más utilizan los sordos es Facebook y WhatsApp, además de aprender con mayor facilidad a través de los videos que desde la lectura, ya que el español para la mayoría es considerado como su segundo idioma.

La lengua de señas es ágrafa, visual, gestual y espacial, por lo que los exámenes de la mayoría de las Instituciones de Educación Superior están orientadas a los oyentes, por lo que hay conocimientos idiomáticos que no están al alcance del sordo como: las metáforas, hipérboles, parábolas y otras figuras literarias que se usan de forma diferente en la lengua de señas.

## **Experiencias**

Bajo un rastreo investigativo también se identificaron instituciones educativas que han implementado la educación inclusiva y ha sido exitosa, es el caso de la Universidad Gallaudet de Washington que es la primera Institución de Educación Superior para sordos, la mayoría de los trabajadores son sordos y ha sido referente de la educación inclusiva y de la ejecución de espacios para estas personas en la educación y el mundo laboral.

Otra de las instituciones que le han apostado la educación de personas sordas es la Institución Educativa Concejo de Medellín y la Universidad Nacional de Colombia sede en Bogotá.

## Metodología

El proyecto se realizó con un enfoque cualitativo, con el fin de identificar los canales y hacer una caracterización de los ecosistemas digitales más utilizados por las personas sordas. Así mismo, los estudios cualitativos brindan información y descripciones sobre las personas, acerca de sus pensamientos, sentimientos y brindan información pertinente para interpretar los datos cuantitativos (Campoy y Gomes, 2009).

De igual forma, Compoy y Gomes (2009) aseguran que las técnicas cualitativas proporcionan profundidad en las respuestas y se puede comprender mejor el fenómeno estudiado, permiten mayor flexibilidad en la aplicación y contribuye a establecer un vínculo más directo con la población estudiada.

Las técnicas empleadas para llevar a cabo el proyecto fueron la entrevista estructurada, el formulario y la investigación con el fin de tener referentes y dar una percepción.

La entrevista se considera una conversación entre dos personas, uno realiza las preguntas y el otro responde. De igual forma, hay diferentes tipos de entrevista en este caso para la realización del trabajo se empleó la entrevista estructurada. Para Vargas (2012) la entrevista estructurada significa en que:

Todas las preguntas son respondidas por la misma serie de preguntas preestablecidas con un límite de categorías por respuestas. Así, en este tipo de entrevista las preguntas se elaboran con anticipación y se plantean a las personas participantes con cierta rigidez o sistematización.

Al mismo tiempo, la entrevista estructurada es útil a la hora de comparar respuestas, ya que se realiza la misma pregunta a los participantes y se pueden obtener diferentes respuestas con las mismas preguntas, eso permite clasificar y analizar con mayor facilidad.

Otra de las ventajas de la entrevista es el bajo coste, no es necesario la influencia y presencia física del entrevistador, ya que con las plataformas digitales hay mayor posibilidad de acceso a la información, permitiendo a las personas que viven a grandes distancias facilidad para responder en el momento que considere.

Asimismo, el formulario según Madariaga (s.f), asegura que los formularios se utilizan impresos, con el fin de obtener respuestas acerca del problema investigado. El formulario debe ser contestado por el consultado, de igual forma se puede enviar por correo electrónico.

Las ventajas de aplicar un formulario es que el costo es bajo, se puede alcanzar una gran parte de la población en un menor tiempo, se puede hacer análisis e interpretar las respuestas.



## Conclusiones

De acuerdo a lo investigado y a los objetivos planteados al inicio del proyecto se puede afirmar que:

- Las personas con discapacidad auditiva son personas muy visuales, por lo que los contenidos que ellos más aprecian son los videos.
- El idioma que la mayoría de las personas sordas utilizan es el lenguaje de señas y el español lo consideran como su segunda lengua.
- Los contenidos realizados deben estar realizados o traducidos en lenguaje de señas para ellos tener mayor comprensión.
- Las personas sordas sí utilizan las plataformas digitales, tanto así que la red social que más emplean es Facebook.
- Con respecto al diseño del plan de comunicación se concluye que el presupuesto es relativamente económico, ya que varios de los canales empleados son propios de la IU Digital y la Gobernación de Antioquia. Al tener dos entidades de gran alcance se puede impactar a más personas.
- Para realizar cada uno de los contenidos y así informar de manera efectiva a la población sorda es importante hablar en el lenguaje de ellos.
- Involucrar a los familiares, allegados y fundaciones que están cerca de la población brindaría mayor compromiso, además tener un impacto más amplio.
- Se debe segmentar bien los públicos para saber qué contenidos y cuál es el canal más efectivo para dar comunicar el objetivo esperado.

- Uno de los principales problemas de exclusión para la población sorda en diferentes contextos de la sociedad es la poca apropiación del lenguaje de señas.
- No es suficiente subtítular los videos, ya que la mayoría de la población sorda no sabe leer en español.

## Ilustración 1 Encuesta persona sorda - Andrés Cardona

**Gobernación de Antioquia**  
Corporación Universitaria Lasallista

**Proyecto**  
Plan de comunicación de la Institución Universitaria Digital de Antioquia para la población sorda





**Propósito**  
La encuesta se realiza con el fin de identificar los canales digitales más utilizados por las personas sordas.

Nombre: Andrés Felipe Cardona Arce      Edad: 20 años  
Grado de escolaridad: Bachiller

1. ¿Tiene equipos electrónicos?

Sí  No

¿Cuáles? Todas





 <del>Computador</del>	 <del>Celular</del>	 <del>Televisor</del>	 <del>Tableta</del>
--	---	---	---

Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Maneja redes sociales?

Sí  No

¿Cuáles? Todas

 <del>Facebook</del>	 <del>WhatsApp</del>	 <del>Instagram</del>	 <del>YouTube</del>
--	--	---	---

Otra: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuenta con servicio de internet en el lugar donde vive?

Sí  No

## Ilustración 2 Encuesta persona sorda - Andrés Cardona





4. ¿Alguna vez ha aprendido o estudiado algo de manera virtual?

Sí \_\_\_\_\_ No X

5. ¿Visita sitios web?

Sí X No \_\_\_\_\_

¿Cuáles?



 Noticias	 Netflix	 Blogs	 Google
---	--	--	---

Otro: \_\_\_\_\_

6. ¿Qué le gusta más?

Leer \_\_\_\_\_ Ver videos \_\_\_\_\_ Otro Ver películas

### Ilustración 3 Encuesta persona sorda - Daniela Yepes

**Gobernación de Antioquia  
Corporación Universitaria Lasallista**

**Proyecto**  
Plan de comunicación de la Institución Universitaria Digital de Antioquia para la población sorda

**Propósito**  
La encuesta se realiza con el fin de identificar los canales digitales más utilizados por las personas sordas.


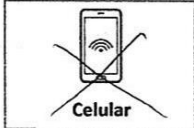


Nombre: Daniela Yepes Yepes Edad: 22

Grado de escolaridad: Sexto de bachillerato.

1. ¿Tiene equipos electrónicos?

Sí  No

¿Cuáles?

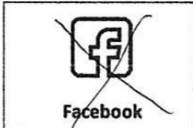

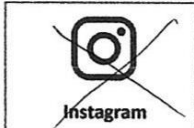

 Computador	 Celular	 Televisor	 Tableta
--	---	--	---

Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Maneja redes sociales?

Sí  No

¿Cuáles?

 Facebook	 WhatsApp	 Instagram	 YouTube
---	---	---	--

Otra: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuenta con servicio de internet en el lugar donde vive?

Sí  No

**Ilustración 4 Encuesta persona sorda - Daniela Yepes**





4. ¿Alguna vez ha aprendido o estudiado algo de manera virtual?

Sí \_\_\_\_\_ No

5. ¿Visita sitios web?

Sí  No \_\_\_\_\_

¿Cuáles?

 Noticias	 Netflix	 Blogs	 Google
---	--	--	---

Otro: \_\_\_\_\_

6. ¿Qué le gusta más?

Leer \_\_\_\_\_ Ver videos  Otro \_\_\_\_\_

## Recomendaciones

- Se recomienda a la Gobernación de Antioquia y a la Universidad Digital contar con un intérprete de lenguaje de señas que apoye la creación de contenidos.
- Realización de una alfabetización digital no solo a las personas sordas, sino a todos aquellos antioqueños que se les dificulta el manejo de las plataformas digitales.
- Si bien la manera de comunicarse de la Gobernación a los municipios alejados del Área Metropolitana es a través de las alcaldías municipales, pero también mucha información importante circula por medio de las redes sociales y el sitio web.
- Otro factor es que se habla de conectividad en el Departamento, pero en Antioquia, principalmente las veredas continúan sin conectividad, por lo que muchas personas querrían acceder a la educación digital pero no tienen las herramientas.
- Para mejorar la inclusión en el Departamento y que las personas con discapacidad tengan mayores oportunidades se debe de incluir el departamento de comunicaciones de la Gobernación y de la IU Digital deben de incluir la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad para saber qué términos se deben utilizar y cuáles no en cuanto a términos comunicativos.

- La Asamblea Departamental de Antioquia debe de trabajar por crear políticas públicas que a las personas con discapacidad les brinden mayores garantías en la sociedad. Desde lo comunicativo, cultural, educativo y social.

## Referencias

- Asamblea Departamental de Antioquia. (2015). Ordenanza N° 9 de 2015. Por la cual se adopta la política pública de discapacidad e inclusión social en el departamento de Antioquia. Recuperado de [http://www.asambleadeantioquia.gov.co/2016/index.php?option=com\\_jdownloads&task=download.send&id=134&catid=10&m=0&Itemid=792](http://www.asambleadeantioquia.gov.co/2016/index.php?option=com_jdownloads&task=download.send&id=134&catid=10&m=0&Itemid=792)
- Cebrián, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. Recuperado de [http://webs.ucm.es/info/emp/Numer\\_14/Sum/4-04.pdf](http://webs.ucm.es/info/emp/Numer_14/Sum/4-04.pdf)
- Compoy, T., y Gomes, E. (2009). 10 Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos. p.2. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/748d/0619ec436d63ffe473a8563f6799fddeeeb4.pdf>
- Exclusión. (2019). *Significados.com*. Recuperado de <https://www.significados.com/exclusion/>
- García, G et al. (2005). El ecosistema digital, modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet. Recuperado de <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/224/8/84-370-6302-7.pdf>
- García, L. (1987). Hacia una definición de Educación a Distancia. Recuperado de [http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20258/hacia\\_definicion.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20258/hacia_definicion.pdf)
- Hernández, C; Pilido, J; y Arias, J. (2014). Las tecnologías de la información en el aprendizaje de la lengua de señas. *Revista de Salud Pública*. 17(1), pp. 61-73. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revsaludpublica/article/view/36935/62013>
- Madariaga, E. (s.f). Técnicas de recolección. Recuperado de <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/Embarazo.Zika/TECNICAS.DE.RECOLECCION.pdf>
- Ministerio de Educación de Chile. (2007). *Guía de apoyo técnico-pedagógico: necesidades educativas especiales en el nivel de educación parvularia*. Recuperado de <http://especial.mineduc.cl/wp-content/uploads/sites/31/2016/08/GuiaAuditiva.pdf>
- ONU. (2006). Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo. p.2. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/Convenci%C3%B3n%20sobre%20los%20Derechos%20de%20las%20Personas%20con%20Discapacidad%20Protocolo%20Facultativo.pdf>

- ONU. (2008). Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Recuperado de <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- ONU. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-4-quality-education.html>
- Pérez, J., y Gardey, A. (2015). *Definición de web 3.0*. Definición.de. Recuperado de <https://definicion.de/web-3-0/>
- Quecedo, R., y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, (14). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=175/17501402>
- Rivera, A., Rojas, L., Ramírez, F., y Álvarez, T. (2005). La comunicación como herramienta de gestión organizacional. *Negotium*. 1(2), pp. 32-48. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>
- Scott, N. (2004). Cómo escribir un plan de comunicaciones corporativas. Recuperado de <http://www.nancyscott.com/page50/page32/page32.html>
- Seccional de Salud y Protección Social, S. (2019). Solicitud de información. [email]
- Tur, V., y Monserrat, J. (2014). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199532731046.pdf>
- Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. Recuperado de [http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION\\_UNPAN/BOL\\_DICIEMBRE\\_2013\\_69/UNED/2012/investigacion\\_cualitativa.pdf](http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_DICIEMBRE_2013_69/UNED/2012/investigacion_cualitativa.pdf)

## Apéndices

### **Apéndice A. Transcripción de audio a la entrevista de Marcel Cristofer García Hernández, intérprete de lengua de señas**

**¿A qué se dedica?**

Profesional en Interpretación y Traducción de Lengua de Señas hace 24 años, Magister en Orientación de la Conducta.

**¿Desde su experiencia como intérprete, considera que las personas sordas utilizan herramientas tecnológicas como el celular, computador o tableta?**

Sí, todas las utilizan, tanto el celular, el computador, la tablet, siempre y cuando tengan acceso.

**Desde lo metodológico tanto presencial como virtual, ¿cuál cree que es la mejor manera de aprendizaje de una persona sorda?**

Son válidas ambas, lo importante es que la información esté garantizada en lengua de señas, si ellos tienen esa garantía no hay límites que valga.

**¿De acuerdo a su experiencia y acercamiento con la población sorda, cree que ellos prefieren ver videos o leer?**

Por la naturaleza de la lengua de señas que es ágrafa, su sistema de aprendizaje es a través de videos, es mucho más productivo para ellos. Contrario a leer en español que es su segunda lengua.

**¿Si la población sorda tuviera la oportunidad de ingresar a la educación superior de manera virtual, considera que estarían preparados o hay que hacer una alfabetización digital?**

Sí estarían preparados. No obstante, hay que darles esa alfabetización u orientación de cómo se trabaja virtualmente.

**¿Cuáles cree que son las plataformas digitales (portales web, blogs, redes sociales, etc) más idóneas para el proceso de aprendizaje de la población sorda?**

En cuanto a las plataformas, todas son válidas. Siempre y cuando sean adaptadas a sus motricidades y discapacidad.

**¿Considera que podría haber una red social o una plataforma digital de uso común para las personas sordas?**

Sí hay una red o plataforma de uso común. El Facebook, en este caso, es el medio que más utilizan las personas sordas para comunicarse.

**Apéndice B Transcripción de audio a la entrevista de Yaneth Cristina Medina Benítez, intérprete de lengua de señas**

**¿A qué se dedica?**

Intérprete de Lengua de Señas hace 18 años.

**¿Desde su experiencia como intérprete, considera que las personas sordas utilizan herramientas tecnológicas como el celular, computador o tableta?**

Desde mi experiencia los sordos utilizan mucho las herramientas tecnológicas, tanto el computador, el celular y las tabletas.

**Desde lo metodológico tanto presencial como virtual, ¿cuál cree que es la mejor manera de aprendizaje de una persona sorda?**

Lo más importante a tener en cuenta es que ellos deben siempre contar con el aprendizaje en lengua de señas, ya que es su idioma. A parte de eso, hacer algunas adecuaciones en cuanto al manejo del español, ya que ellos no lo manejan. Y si hay que enseñarles español o ver materias como el español se debe de ver como una segunda lengua y no como primera.

**¿De acuerdo a su experiencia y acercamiento con la población sorda, cree que ellos prefieren ver videos o leer?**

Los sordos ven videos, porque ellos no leen español. Además, su idioma no es el español, por lo tanto comprenden textos. A no ser que hayan quedado sordos después de haber adquirido el español como primera lengua.

**¿Si la población sorda tuviera la oportunidad de ingresar a la educación superior de manera virtual, considera que estarían preparados o hay que hacer una alfabetización digital?**

Sí estarían preparados, porque manejan todas las herramientas, principalmente los jóvenes.

**¿Cuáles cree que son las plataformas digitales (portales web, blogs, redes sociales, etc) más idóneas para el proceso de aprendizaje de la población sorda?**

Ellos manejan muchos portales web y las redes sociales, los blog no porque generalmente son todos en español.

**¿Considera que podría haber una red social o una plataforma digital de uso común para las personas sordas?**

Las redes sociales que ellos más utilizan son Facebook, WhatsApp y YouTube.

**Apéndice C Transcripción de audio a la entrevista de Jovana Gisela García Hernández, intérprete de lengua de señas**

**¿A qué se dedica?**

Interprete de Lengua de Señas Colombianas y guía interprete. Formada hace 13 años pero de manera empírica hace 22 años.

**¿Desde su experiencia como intérprete, considera que las personas sordas utilizan herramientas tecnológicas como el celular, computador o tableta?**

Sí lo hacen.

**Desde lo metodológico tanto presencial como virtual, ¿cuál cree que es la mejor manera de aprendizaje de una persona sorda?**

El aprendizaje socio cultural con muchos recursos visuales.

**¿De acuerdo a su experiencia y acercamiento con la población sorda, cree que ellos prefieren ver videos o leer?**

Prefieren ver videos y la lectura para los que son bilingües.

**¿Si la población sorda tuviera la oportunidad de ingresar a la educación superior de manera virtual, considera que estarían preparados o hay que hacer una alfabetización digital?**

Están preparados, pero hasta para nosotros la población oyente es necesario entrenamiento en dichas plataformas.

**¿Cuáles cree que son las plataformas digitales (portales web, blogs, redes sociales, etc) más idóneas para el proceso de aprendizaje de la población sorda?**

Todas las anteriores. No está en la plataforma el éxito sino en lo amigable de la misma y los recursos empleados para ellos.

**¿Considera que podría haber una red social o una plataforma digital de uso común para las personas sordas?**

Si se las habilitan de manera amigable y crean el impacto si es posible.

## Apéndice D. Plan de comunicación

### Presentación

Un plan de comunicación es un documento donde reposan todas las actividades a desarrollar, con el fin de beneficiar estratégicamente a la organización. Es decir, se establece de forma clara cómo, cuándo y de qué forma se va a comunicar con el público objetivo.

De esta manera la community manager, Jessica Quero asegura que existen dos tipos de planes, según el propósito de la organización:

**El plan de comunicación externa:** comunicación dirigida al público objetivo con el fin de conseguir que este se convierta en un cliente potencial y tenga un buen concepto de la empresa.

**El plan de comunicación interna:** comunicación dirigida a todos los trabajadores de la empresa y favorece el traspaso de información y conocimiento que se genera en los diferentes departamentos de la empresa.

Por otro lado, un plan estratégico de comunicación debe contener: los objetivos que la empresa desea lograr con la comunicación; los métodos de trabajo que permitirán alcanzar los objetivos; la segmentación del público a quien se dirigirán las comunicaciones; los instrumentos y el presupuesto necesario para lograr los objetivos (Scott, 2011).

El plan de comunicaciones ayuda a planificar los recursos de la empresa de manera organizada y estratégica, además permite optimizar los recursos humanos,

técnicos y físicos. Asimismo, tiene una finalidad y es reflejar un mensaje que unifique la misión, la visión y valores corporativos, que cada público tenga una participación en el flujo de la información y no hay pérdida de datos.

De igual forma, los beneficios de un plan de comunicaciones son tanto para la empresa como para los públicos objetivos. Porque se fortalece la imagen corporativa, se identifican talentos de los públicos tanto internos como externos, se obtiene efectividad en los objetivos planteados, mejorar y evaluar la eficacia de las estrategias.

### **Justificación**

La Institución Universitaria Digital de Antioquia, es una Institución de educación superior completamente virtual, que abre las puertas para que personas de entornos urbanos y rurales de Antioquia y por qué no de Colombia accedan a la educación desde cualquier lugar del territorio, para así continuar eliminando las brechas geográficas, económicas, sociales y culturales.

A la luz de esto, se propone un plan de comunicación a la IU Digital enfocado en personas sordas, con el fin de que comiencen a ampliar la oferta académica y promuevan la educación inclusiva. De este modo, la IU Digital comenzará a expandirse y podrá continuar mitigando las barreras y en este caso la exclusión académica y laboral. Convirtiéndose en la primera Institución de educación superior virtual inclusiva.

En Antioquia hay 7.020 personas con discapacidad auditiva según la Seccional de Salud de Antioquia. Además, el 1.2% del total de la población sorda en Antioquia ha podido acceder a la educación superior y el 4.5% son técnicos o tecnólogos. A la luz de

esto, la población sorda presenta grandes vacíos en oportunidades académicas y en cuestiones laborales: el 62.6% de las personas sordas son desempleadas al no recibir ningún ingreso económico, por lo que sus oportunidades laborales son escasas o requieren de preparación académica para poder ingresar al sistema laboral.

Es por esto que la población sorda a través de la comunicación inclusiva y procesos que les permita participar activamente, podrán tener mayores oportunidades y reducir el desempleo en el Departamento, ya que la tasa de desempleo según el DANE en Antioquia es del 10,7%.

Para tener un mayor acercamiento a la población no oyente e identificar sus necesidades en temas comunicativos se realizó un diagnóstico de comunicaciones utilizando varias técnicas, una fue un formulario a las personas sordas para identificar con qué canales digitales se sentían más familiarizados. De igual forma, a través de una entrevista estructurada se les preguntó a tres intérpretes de lengua de señas qué tan preparados están las personas con discapacidad auditiva para ingresar a la educación superior por medio de plataformas digitales.

Con respecto al diagnóstico todos los participantes concluyeron que las personas sordas manejan diferentes herramientas tecnológicas, como el computador, el celular y las tabletas. Además, la población objetiva sí está preparada para ingresar a la educación superior de manera virtual, siempre y cuando cada uno de los contenidos sean adaptados al lenguaje de señas, porque ese es su primer idioma, mientras que el español lo consideran como su segundo idioma, por lo que disfrutan ver videos que leer documentos, ya que se les dificulta comprender.

La IU Digital, tiene como misión fortalecer las competencias de los estudiantes para la vida y el trabajo, asimismo que les permita elevar la calidad de vida y tenacidad en entornos urbanos y rurales del territorio antioqueño.

## **Públicos**

**Interno:** funcionarios públicos de la Gobernación de Antioquia y trabajadores de la Institución Universitaria Digital de Antioquia, con el fin de que ellos internamente conozcan los procesos de la Institución, además tendrían un buen concepto al ver que la IU Digital se está expandiendo permitiendo que las personas con discapacidad auditiva accedan y tengan mejores oportunidades en la vida. Es importante que desde la comunicación se haga partícipes a los empleados y así la Universidad Digital tendría recordación de marca y servidores con sentido de pertenencia. Ellos también, al conocer la información pueden comunicar a la comunidad y si tienen conocidos motivarlos a ingresar.

**Externo:** personas con discapacidad auditiva, principalmente las 1.810 personas que según la Seccional de Salud de Antioquia ha realizado la secundaria, además personas que estén próximos a iniciar la educación superior. Familiares y allegados a las personas no oyentes, que les interese el futuro educativo de sus hijos, hermanos, amigos, etc.

**Mixto:** si se hace un buen relacionamiento con medios de comunicación ellos promocionarán la IU Digital y reforzarán la misión y visión de la Institución. Además de que los comunicadores pueden conseguir a través de los medios de comunicación free press, donde se hable de la IU Digital y se genere recordación de marca. Otro público

son las universidades que se involucren en los procesos de la IU Digital con la interpretación de señas, de igual forma las fundaciones que hay en Antioquia para la población sorda, ellos también conociendo los programas y el enfoque de la Universidad Digital motivarán a las personas no oyentes a ingresar a la educación superior.

### **Objetivo General**

Promover los programas de la Institución Universitaria Digital de Antioquia a la población con discapacidad auditiva.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar cuáles son los canales digitales más idóneos para que la IU Digital pueda satisfacer las necesidades de información acerca de sus programas.
- Diseñar contenidos que generen interacción entre la IU Digital y los usuarios de los diferentes canales digitales.
- Obtener leads de usuarios interesados en participar en los programas de la IU Digital.

### **Medios de comunicación**

El plan de medios se realizará con cotización para un mes. Cada uno de los contenidos se realizará en dos idiomas en el lenguaje de señas y en español, excepto las cuñas radiales, ya que éstas solo son para los familiares y allegados de las personas sordas.

## Caracterización de canales para el plan de medios

Canal	Público	Propósito	Periodicidad / Cantidad	Tipo de contenido	Medio
Radio	Externo (familiares y amigos de las personas sordas)	Promocionar a través de las cuñas radiales en diferentes medios los programas de la IU Digital, con la novedad que pueden ingresar personas sordas.	3 cuñas al día – solo días hábiles	Informativo - Cuña radial de 30 segundos.	ATL
Televisión	Externo (personas sordas)	Informar a las personas no oyentes de que la IU Digital abre las puertas para ellos, donde cada uno de los contenidos están adaptados al lenguaje de señas y de acuerdo a las necesidades comunicacionales que presentan.	1 comercial cada día – solo días hábiles	Informativo - Comercial de 30 segundos, con lenguaje de señas.	ATL
Prensa	Externo (familiares y amigos de las personas sordas)	Informar sobre los programas académicos para las personas sordas.	2 en el mes. Los días para sacar la publicación son entre lunes a miércoles.	Informativo - Pauta publicitaria de media página.	ATL
Vallas	Externo	Difundir a través de imagen y textos información para que las personas sordas ingresen a la IU Digital.		Informativo- Anuncio de gran magnitud que se encuentra a la intemperie.	BTL
Ronda de medios	Mixto	Generar una relación directa y cercana con los medios de comunicación para que se dé a conocer la ampliación en la cobertura académica y se cree el free press, ya que ellos podrán realizar diferentes notas, rueda de prensa por los que la IU Digital no deberá pagar.	1 vez	Informativo - Relaciones públicas	BTL
Pantallas digitales de la Gobernación y IU Digital	Interno	Informar a los trabajadores de los programas a los que pueden acceder las personas sordas.	3 veces en el día – solo días hábiles	Informativo - Videos con textos en español y traducido en lenguaje de señas.	Digital
Redes sociales de la IU Digital y Gobernación	Externo Interno Mixto	Dar a conocer que la IU Digital ampliará la cobertura académica para personas sordas.	3 veces en el día – De lunes a domingo	Informativo- Videos en lengua de señas de máximo 2 minutos.	Digital
Página web de la IU Digital y Gobernación	Externo Interno Mixto	Dar a conocer que la IU Digital ampliará la cobertura académica para personas sordas y pueden realizar la inscripción a través de un traductor online de lengua de señas.		Videos en lengua de señas y fotografías, máximo 3 minutos.	Digital

## **Estrategias**

Tur Viñes, y Monserrat Gauchi (como se citó en Santesmases, 1996) asegura que: “La estrategia podría definirse como aquella acción específica desarrollada para conseguir un objetivo propuesto. Las estrategias tratan de desarrollar ventajas competitivas en productos, mercados, recursos o capacidades, de modo que aseguren la consecución de tales objetivos”.

### **Objetivo 1**

- Identificar cuáles son los canales digitales más idóneos para que la IU Digital pueda satisfacer las necesidades de información acerca de sus programas.

### **Estrategia 1**

Realizar una encuesta física o digital con el público objetivo para saber cuáles son los canales digitales que más acogida genera.

### **Tácticas**

- Definir el público objetivo, el tamaño de la muestra y lugares donde se llevará a cabo.
- Tabular, analizar y sacar los resultados de la misma.
- Analizar las estadísticas de tráfico de los diferentes canales digitales para identificar cuáles tienen mayor flujo.

### **Indicadores**

- #Respuestas a la encuesta física o digital con el público objetivo.

- #Visitas a cada uno de los canales digitales.
- Tiempo de permanencia en cada página.
- #Páginas visitadas por sesión.
- #Seguidores en las redes sociales.
- #Publicaciones compartidas.
- #Comentarios en las publicaciones.
- % Rebote en el sitio web.

## **Estrategia 2**

Vincular a representantes de organizaciones de sordos y interprete de lenguaje de señas para que nos ayuden a evaluar efectividad de canales y contenidos

## **Tácticas**

- Definir una agenda de visitas a organizaciones de sordos
- Crear un grupo de apoyo con intérpretes del lenguaje de señas
- Realizar grupos focales con intérpretes y miembros de las asociaciones

## **Indicadores**

#Instituciones visitadas versus #Alianzas realizadas

#Intérpretes vinculados

### **Estrategia 3**

Realizar alianzas estratégicas con la Secretarías de Educación del departamento que posean bachillerato para sordos para que nos apoyen en la difusión de los contenidos.

#### **Tácticas**

- Reuniones con directivos de la Secretaría de Educación de Medellín y el Liceo Concejo de Medellín
- Diseño de plan de promoción para ejecutarlo en las aulas de esa entidad

#### **Indicadores**

#Alianzas realizadas / #Estudiantes inscritos en programas IU Digital

### **Objetivo 2**

- Diseñar contenidos que generen interacción entre la IU Digital y los usuarios de los diferentes canales digitales.

### **Estrategia**

Realizar un plan digital donde se especifique etapa, tipo de canal, clasificación de contenido, objetivos y frecuencia.

#### **Tácticas**

- Identificar los diferentes tipos de contenido a crear según el objetivo: informativo (self), interaction (interacción).

- Clarificar las diversas clases de medios digitales: propios (Instagram, web, Facebook, YouTube, Twitter), ganados (seguidores en redes sociales), pagados (campañas por redes sociales, SEM).
- Diseñar el tipo de interacciones que se desean obtener tales como comentarios, etiquetas, evaluaciones.
- Evaluar qué tipo de formatos generan más interacciones, sus horarios, días y mayor tráfico.

### **Indicadores**

- #Interacciones por canal digital / #Contenidos por ese canal.
- #Seguidores por campaña en las redes sociales.
- #Descargas de contenido / periodo de tiempo.

### **Objetivo 3**

- Obtener leads de usuarios interesados en participar en los programas de la IU Digital.

(Un lead son los datos de un usuario de cualquier canal digital que está interesado en nuestro programa y que desea más información. Con esos datos yo puedo hacerle seguimiento para vincularlo y que se matricule luego).

### **Estrategia**

Diseñar una estrategia del embudo donde podamos convertir a visitantes de nuestros canales digitales en clientes potenciales de los programas de la IU Digital.

## **Tácticas**

- Diseñar el formato digital para que los usuarios dejen sus datos.
- Definir estrategia de contenidos para cada canal digital donde se hipervincule a ese formato.
- Crear una comunidad digital interesada en los programas de la entidad.

## **Indicadores**

- #Leads obtenidos por cada canal digital / periodo de tiempo
- Porcentaje de tráfico/obtención de leads.
- #Leads matriculados en algún programa de la entidad.
- #Participantes en la comunidad interesada en los programas de la IU Digital.

## **Recursos**

**Humanos:** para llevar a cabo este plan de comunicaciones se requiere un comunicador, un diseñador, un audiovisual y un intérprete de lengua de señas.

**Técnicos:** se requieren 4 computadores de mesa y dos de ellos tengan la suite de Adobe, micrófono lavalier, cámara de video, cámara fotográfica, trípode, herramientas de office e internet.

**Económicos:** para llevar a cabo el plan de comunicación se requiere en recurso humano y técnico una inversión total de \$23.957.697 pesos. Sin embargo mensualmente se debe contemplar los gastos mensuales que suman \$10.036.800 pesos.

- Comunicador - \$3.000.000 mensuales
- Comunicador audiovisual - \$2.500.000 mensuales
- Diseñador - \$2.100.000 mensuales
- Intérprete de señas - \$1.800.000 mensuales
- Dos suite de Adobe - \$506.800 mensuales
- Internet - \$130.000 mensuales
- Cuatro computadores de mesa - \$7.992.000
- Cuatro escritorios – \$450.000
- Cuatro sillas de escritorio – \$720.000
- Micrófono lavalier – \$39.000
- Cámara de video y fotografía – \$3.799.900
- Trípode – \$140.000
- Herramientas de Office - \$779.997

### **Plan de Medios**

Con el fin de llevar a cabo el plan de medios en ATL y BTL por unidad el costo de la inversión es de \$23.774.170 y en pauta publicitaria digital en el mes la inversión sería de \$869.990.

### **ATL**

- Radio (cuña de 30 segundos en 104 emisoras) - \$4.914.670
- Televisión (comercial de 30 segundos en 3 programas) - \$4.485.500
- Prensa (publicación en media página en un solo medio) - \$8.874.000

### **BTL**

- Valla publicitaria (un cartel) - \$5.500.000

### **Digital**

- Facebook (pauta mensual) - \$299.990
- Instagram (pauta mensual) - \$250.000
- YouTube (pauta mensual) - \$320.000