



Universidad Central de Venezuela  
Facultad de Humanidades y Educación  
Escuela de Comunicación Social

## **ALFABETIZACIÓN DIGITAL PARA PERIODISTAS**

*Una propuesta desde la Educación para los Medios (EPM)*

Trabajo de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social

Autor: Carrillo Jiménez, Diógenes Ernesto

Tutora: Hoare Madrid, Andrea

Caracas, noviembre de 2010

*A mi inspiración, a mi ejemplo a seguir, a  
las cosas que sin saber me has enseñado  
con tus acciones... a mi padre y su  
Lámpara.*

*-Diógenes Ernesto Carrillo Jiménez*

## ***Agradecimientos***

*A la vida por brindarme oportunidades para seguir adelante.*

*A esas casualidades que terminaron por conducirme a mi verdadera pasión: el periodismo.*

*A mi Escuela de Comunicación Social por permitirme desarrollarme en diferentes facetas de mi vida.*

*A mi profe y tutora Andrea Hoare.*

*A todos quienes me dieron su apoyo para culminar esta tarea.*

*Especialmente a mis alumnos (nativos e inmigrantes).*

*Y a ti Dios, ¡mil Gracias!*

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
Trabajo Especial de Grado para optar a la Licenciatura de Comunicación Social

**“ALFABETIZACIÓN DIGITAL PARA PERIODISTAS”**

*Una propuesta desde la Educación para los Medios (EPM)*

Autor: Diógenes E. Carrillo Jiménez

Tutora: Andrea Hoare Madrid

Fecha: octubre 2010

**RESUMEN**

Vivimos en una sociedad digital, dominada por las innovaciones tecnológicas y la consolidación de nuevas formas de comunicarse, impulsadas por la consolidación de Internet. Un panorama que obligó a medios, ciudadanos y periodistas a redimensionarse para evitar la brecha digital. Los estudiantes de Comunicación Social deben enfrentar las profundas modificaciones en la forma de ejercer esta profesión, en un contexto en el que los cambios han sido drásticos. Una excelente área de oportunidad para realizar aportes significativos a la actualización del perfil académico de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, que fortalezca la preparación de estos profesionales de la comunicación. La presente investigación pretende aproximarse a Internet como medio de comunicación y a la alfabetización digital de periodistas, a los fines de plantear estrategias que faciliten su comprensión desde la visión de la educación para los medios.

**Palabras Claves:** Internet, Comunicación Social, Alfabetización Digital, Educación para los medios, Escuela de Comunicación Social.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
Trabajo Especial de Grado para optar a la Licenciatura de Comunicación Social

**“ALFABETIZACIÓN DIGITAL PARA PERIODISTAS”**

*Una propuesta desde la Educación para los Medios (EPM)*

Autor: Diógenes E. Carrillo Jiménez

Tutora: Andrea Hoare Madrid

Fecha: octubre 2010

**ABSTRACT**

We live in a digital company dominated by the technological innovations and the consolidation of new ways of communicating, stimulated by the Internet consolidation. A panorama that forced to means, citizens and journalists to redimensionarse to avoid the digital gap. The students of Social Communication must face the deep modifications in the way of exercising this profession, in a context in which the changes have been drastic. An excellent area of opportunity to realize significant contributions to the update of the academic profile of the School of Social Communication of the Central University of Venezuela, which strengthens the preparation of these professionals of the communication. The present investigation tries to come closer Internet as way of communication and the journalist digital literacy, to the ends of raising strategies that facilitate his comprehension from the vision of the education for the means.

**Key words:** Internet, Social Communication, Digital Literacy, Educomunicación, School of Social Communication.

## ÍNDICE GENERAL

|                                                                          | Pág.      |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Introducción.....                                                        | .1        |
| <b>I Profesión digital vs. Formación Analógica.....</b>                  | <b>3</b>  |
| Planteamiento del Tema.....                                              | 3         |
| Objetivos de la Investigación.....                                       | 4         |
| Justificación de la Investigación.....                                   | 4         |
| Alcance y Limitaciones.....                                              | 5         |
| Metodología.....                                                         | 6         |
| <b>II Internet: desigual y exponencial crecimiento.....</b>              | <b>7</b>  |
| Desde Arpanet hasta la Sociedad de la Información.....                   | 7         |
| Brecha digital: acceso denegado.....                                     | 11        |
| Usos y preferencias de una red latinoamericana.....                      | 15        |
| La rebelión de las audiencias 2.0.....                                   | 16        |
| <b>III Cibermedios, neocontenidos y periodismo digital.....</b>          | <b>20</b> |
| Ni equilátero, ni isósceles... escaleno.....                             | 20        |
| La reinención de los medios.....                                         | 21        |
| Contenidos generados por usuarios: el negocio redondo de los medios..... | 27        |
| Blogueros: ¿El germen del periodismo participativo?.....                 | 30        |
| El comunicador social del siglo XXI.....                                 | 33        |

|                                                                      | Pág. |
|----------------------------------------------------------------------|------|
| <b>IV La Academia es una calle ciega</b> .....                       | 36   |
| Análisis de un pensum en constante desactualización.....             | 36   |
| Periodismo digital a lo zuliano.....                                 | 37   |
| Los ucabistas se digitalizan.....                                    | 40   |
| Otro caso exitoso: La Universidad de Los Andes.....                  | 42   |
| ECS-UCV: un pensum analógico en tiempos digitales.....               | 44   |
| <b>V Educar en la era multimedia</b> .....                           | 47   |
| Alfabetización digital: ¿Cómo se come eso?.....                      | 47   |
| Los medios presentes en el aula.....                                 | 49   |
| <b>VI Aprendiendo de los nativos digitales</b> .....                 | 54   |
| Diseño de la investigación.....                                      | 54   |
| Diagnóstico.....                                                     | 55   |
| Población.....                                                       | 55   |
| Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....                 | 55   |
| El plan de aprendizaje.....                                          | 57   |
| Diseño metodológico de la propuesta.....                             | 57   |
| <b>VII La propuesta: creación multimedia</b> .....                   | 62   |
| Medios a la obra.....                                                | 62   |
| Contrasta programático: UCAB, UMA vs. UCV.....                       | 63   |
| Caracterización de los estudiantes de informática de la ECS-UCV..... | 66   |
| Informática para comunicadores.....                                  | 69   |
| Conclusiones.....                                                    | 78   |
| Recomendaciones.....                                                 | 81   |
| Fuentes consultadas .....                                            | 83   |

|             |    |
|-------------|----|
| Anexos..... | 91 |
|-------------|----|



## INTRODUCCIÓN

Las nuevas generaciones, a diferencia de las anteriores, se definen por la forma en que se comunican. El término Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), que fue acuñado alrededor de los años setenta, cobra protagonismo en una sociedad que se define, según Covi, por un modo de ser comunicacional (2006).

Es precisamente esa dinámica impulsada por las innovaciones tecnológicas y la consolidación de nuevas formas de comunicarse, la que ha obligado a medios y a comunicadores ha redimensionarse para no quedarse atrás en esta revolución en pleno desarrollo.

A pesar de esto y luego de cumplir 65 años, la Escuela de Comunicación Social (ECS) de la Universidad Central de Venezuela (UCV), la más antigua del país, mantiene vigente un pensum académico que data de 1987, lo que parece indicar que al acercarse este plan de estudio a su cumpleaños número veinticinco, existe un área de oportunidad en el desarrollo de aportes que permitan acercar el perfil de los egresados de la ECS-UCV a la realidad por la que transita la profesión en pleno siglo XXI.

La presente investigación pretende aproximarse a Internet como medio de comunicación y a la alfabetización digital de los estudiantes de la ECS, a los fines de plantear estrategias que faciliten su comprensión desde la visión que integra al medio al proceso de aprendizaje.

A partir del siglo XXI, casi 30 mil estudiantes de Comunicación Social se preparan en las universidades venezolanas, una cifra que supera con creces a los profesionales en ejercicio. En las épocas venideras, según Noriega y Simó (2008), destacarán aquellos profesionales que “manejen un cúmulo de conocimientos y herramientas tecnológicas que, de manera formal o empírica, deben adquirir los profesionales del periodismo para mantenerse a flote en un mundo cada vez más motorizado por la influencia de los medios digitales” (p. 171).

La estructura de este Trabajo Especial de Grado se constituye de siete capítulos. En el primero de ellos, se ubican el planteamiento del tema, la justificación de la investigación, los objetivos de la misma, su alcance y limitaciones, así como la estrategia metodológica y los referentes bibliográficos que sirvieron como sustento para cumplir con el plan de trabajo planteado para desarrollar cada objetivo.

Por su parte, el segundo capítulo, contiene las definiciones pertinentes dentro del marco teórico, tales como los orígenes de Internet como medio de comunicación y su desigual crecimiento en América Latina, particularmente en Venezuela. En el tercero, se encuentran las implicaciones que la tecnología ha generado en medios, profesionales, audiencia y al proceso comunicacional en sí mismo. El cuarto capítulo está dedicado a reseñar los intentos de actualización curricular de las Escuelas de Comunicación de la Universidad de Los Andes (ULA) y la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Ubicados en el quinto capítulo, se encuentran tópicos de importancia con relación a la Educomunicación y la Alfabetización Digital. En el sexto capítulo se diseña la propuesta metodológicamente y finalmente en el séptimo capítulo se realizan los aportes a los contenidos de la asignatura Informática dictada en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV).

## **CAPÍTULO I**

### **PROFESIÓN DIGITAL VS. FORMACIÓN ANALÓGICA**

#### **Planteamiento del tema**

La evolución de Internet, desde sus inicios hasta nuestros días, ha alcanzado proporciones inimaginables. Tanto que su uso ha traspasado la línea de lo tecnológico para empezar a modificar nuestra perspectiva acerca de diversos temas: el derecho de autor, la ética, la identidad e incluso nuestras relaciones sociales.

En el caso concreto de la comunicación, resulta obvio que asimile insumos provenientes de esta acelerada dinámica que se encuentra en constante modificación. Debido al surgimiento de un nuevo medio, como Internet, cuyo soporte no requiere de una hoja de papel, algunos teóricos se han atrevido a vaticinar el fin de los medios impresos.

Lo cierto del caso es que el periodismo ha experimentado grandes cambios debido a las innovaciones tecnológicas que se han puesto en marcha, especialmente durante los últimos 20 años. Dos décadas que han obligado a los periodistas a adaptarse sobre la marcha a los retos impuestos por las nuevas tecnologías y las nuevas dinámicas comunicacionales.

La saturación informativa y las múltiples posibilidades de acceso a las fuentes, son dos de las características que, años atrás, eran casi exclusivas del profesional de la comunicación y que ahora se han transferido a la audiencia gracias a las modificaciones incorporadas por la irrupción de lo digital.

El ejercicio profesional se enfrenta a nuevos paradigmas producto de las nuevas formas de comunicarse y del fin de la unilateralidad de los medios de comunicación. Partiendo entonces de la condición de estudiante de Comunicación Social y futuro profesional del área, nos toca hacer un modesto aporte para mejorar la formación de las generaciones que en el futuro vendrán a prepararse en la ECS de la UCV.

### **Objetivo General**

Elaborar una propuesta orientada a contribuir con la actualización de la asignatura Informática que se dicta en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela desde una perspectiva crítica reflexiva que incorpore a los medios digitales al proceso de enseñanza/aprendizaje.

### **Objetivos Específicos**

- Revisar los cambios experimentados en la comunicación, luego del surgimiento de Internet, específicamente en el ejercicio periodístico.
- Contrastar los contenidos de la asignatura Informática dictada en la ECS-UCV, con programas similares de distintas casas de estudio del país.
- Caracterizar la relación existente entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación y los estudiantes de Comunicación Social de Informática (UCV).
- Desarrollar lineamientos para la elaboración de la propuesta educativa y comunicacional sobre la base de los principios de la educación para los medios.

### **Justificación de la Investigación**

En un mundo abarrotado de avances tecnológicos, que ofrece un sin fin de posibilidades y espacios. Tal y como lo vaticinó McLuhan (1977) al afirmar que los medios se convertirían en apéndices de nosotros mismos.

Al plantearse la realización de la presente investigación, fueron dos los aspectos a considerar. El primero responde a la inquietud que, como estudiante de

Comunicación Social ha generado la implosión de nuevos medios y redes sociales para la difusión de información. Cambios que se mueven a gran velocidad y que, a juicio del autor de este Trabajo Especial de Grado, la academia observa con cierto recelo, sin ejecutar estrategias para repensarse en un panorama que sin lugar a dudas traerá nuevos y más rápidas formas de comunicarse. Como segundo aspecto, la oportunidad del autor de desempeñarse ser profesor contratado en la cátedra informática de la escuela de Comunicación Social de la UCV y constatar lo desactualizado de un programa que, a todas luces, desconoce los avances tecnológicos que la comunicación ha experimentado durante los últimos 20 años.

En respuesta a las inquietudes ya mencionadas, se eligió realizar la referida investigación, dentro de la línea promovida desde el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), dedicada a la incorporación de los medios de comunicación a las aulas de clases. Una visión interdisciplinaria que no desestima ninguna de las dos grandes columnas vertebrales del actual trabajo de grado: Comunicación y Educación.

### **Alcances y Limitaciones**

Lo primordial de este trabajo investigativo es realizar una propuesta educativa basada en el uso de los medios de comunicación dentro del aula que pueda contribuir a la preparación de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social (ECS) de la Universidad Central de Venezuela (UCV).

La propuesta en cuestión, pretende realizar aportes específicos a la asignatura Informática, la cual es de carácter obligatorio y dictada en el séptimo semestre, de acuerdo a lo establecido en el pensum vigente desde 1987.

El presente proceso investigativo fue acotado en los siguientes elementos:

- La elaboración de una propuesta perdurable, al no concentrarse en un nuevo medio en particular sino más bien en cómo desarrollar competencias tecnológicas en la formación académica de los periodistas.

- La revisión de otros pensum de estudios, similares a los de la ECS-UCV.

### **Marco Metodológico**

La naturaleza de la presente investigación se enmarca dentro de lo considerado por el *Manual de Trabajos de Grado de la UPEL* como Proyecto Factible, debido a que consiste en una “investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos” (2010, p. 21).

De acuerdo con lo planteado en Alfabetización Digital para periodistas, se realizará una propuesta educ comunicativa para atender las necesidades de los estudiantes de la ECS-UCV. Para ello, el proyecto se basará en una investigación de tipo documental y de campo.

Con respecto a la metodología de campo, las labores se combinaron las de los tipos “investigación-acción, investigación sobre la práctica... dentro de los enfoques cualitativo, interpretativo, de crítica social u otros enfoques emergentes” (ibid, 18).

Sobre la caracterización de la relación entre estudiantes y las TIC se diseñó un instrumento de medición que permita obtener información directa de la población para la que se diseñó la propuesta que sustenta el presente Trabajo Especial de Grado.

## CAPÍTULO II

### INTERNET: EXPONENCIAL Y DESIGUAL CRECIMIENTO

#### Desde Arpanet hasta la Sociedad de la Información

Alrededor de cuatro décadas han transcurrido desde la versión beta que inició lo que, hoy por hoy, se convertiría en uno de los medios de comunicación más importantes en la historia de la humanidad: Internet.

Su predecesora, una plataforma denominada *Advanced Research Project Agency Network* (Arpanet), fue una red informática establecida en 1969 por el Departamento de Defensa de Estados Unidos que poco aportó a los fines militaristas para los que inicialmente fue creada en el contexto de la guerra fría (Jones, 2003).

Una red que inicialmente pretendió restringirse al ámbito militar, manteniendo interconectados a los centros de decisión político, militar y científico, en caso de ataques nucleares, según Abreu (2003), acabó siendo parte de nuestra vida cotidiana y terminó siendo utilizada para fines completamente distintos.

En efecto, la transformación de Arpanet se produjo en buena parte gracias al desinterés de las fuerzas castrenses de Estados Unidos que durante las décadas de los 70 y 80 consolidaron la hegemonía de ese país a nivel mundial. A pesar de la evidente sobrestimación de los alcances militares de la red a la que hacía referencia Jones (2003), no fue sino hasta 1989, dos décadas después, cuando el ejército estadounidense cedió formalmente el control del proyecto.

La investigación académica rápidamente se interesó por Arpanet, que a mediados de los 70 se encontraba casi en desuso, debido a la poca funcionalidad que aportó al campo bélico. Caso contrario en las principales universidades estadounidenses donde esta plataforma pasó a formar parte importante dentro de la comunidad universitaria.

Las primeras en conectarse a la incipiente red fueron la Universidad de California (UCLA) y Stanford, que permitirían conformar la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA) encargada de la red de comunicaciones digitales que posteriormente evolucionaría hasta convertirse en Internet.

Durante los años 70 y 80 los avances, fundamentalmente, se concentraron en lo tecnológico, lo que permitió robustecer su uso en el campo académico. Los alcances logrados dieron paso a que la mayoría de las universidades estadounidenses estuviesen interconectadas, desde principios de los años 90, e intercambiaran correos electrónicos y datos entre ellas. Este conjunto de redes, se considera el “germen” de lo que hoy conocemos como Internet, tal y como lo define Gutiérrez (2003, p.181).

La interconexión universitaria significó un paso importante en la consolidación de la nueva red, sin embargo, aún quedaba mucho camino por recorrer para alcanzar la exponencial expansión que alcanzaría la red a posteriori.

En realidad, el primer salto cuántico de Internet ocurrió en noviembre de 1990, cuando el número de usuarios aumentó vertiginosamente con la puesta en marcha del vínculo conceptual triple w (www), creado por el científico británico Tim Berners-Lee (2000).

De acuerdo con la información disponible en Hobbes Internet Timeline, para diciembre de 1990 se contabilizaba únicamente un sitio web en la www. Ya en enero de 1996 se registraban alrededor de 100 mil sitios web. En 2006, diez años más tarde,



se alcanzó la abrumadora cifra de 75 millones de portales digitales. Cifras que sin lugar a dudas certifican la capacidad de crecimiento que la World Wide Web logró incorporar para consolidar Internet como un nuevo medio de comunicación a nivel mundial.

Son precisamente la hipertextualidad, la estandarización de los navegadores y desarrollo de la www, los 3 elementos que permitieron acercar a los usuarios a las llamadas nuevas tecnologías. No obstante, la incorporación de empresas privadas a la conquista de Internet aceleró el inevitable crecimiento de la red. La carrera digital impulsó el surgimiento de una industria que luchó encarnizadamente para hacerse del control del mercado web.

A partir de la consolidación de las grandes trasnacionales de la informática en la red, el desarrollo académico que había prevalecido durante los primeros veinte años de Internet, cedió el paso a los criterios comerciales. Las dos segundas décadas estuvieron marcadas por las versiones beta que desarrollaban actualizaciones periódicas de distintos componentes tecnológicos en distintas áreas: software, hardware, conexiones, aplicaciones y usos.

Las grandes corporaciones colonizaron el espacio virtual para reconfigurar la red hasta convertirla en eso que hoy conocemos: una telaraña en la que poco a poco han sido atrapados más y más usuarios, hasta alcanzar la imponente cifra de 1.000 millones de internautas, tal y como lo indica un estudio realizado por una compañía dedicada a la medición de audiencias en línea, la consultora estadounidense comScore, realizado en diciembre de 2008.

El crecimiento y la consolidación de Internet han sido más que evidentes a lo largo de estas cuatro décadas. Sin embargo, como hemos visto, Internet no siempre fue considerado un medio de comunicación, a diferencia de sus colegas la prensa,

radio y televisión que forman desde hace varias décadas los planes de estudios de la totalidad de las universidades que dictan Comunicación Social.

El surgimiento de Internet coincidió con la modificación del pensum académico de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, realizado en 1987, año en que la ECS reestructura su programa académico, por última vez, e incorpora la asignatura Informática a su plan de estudios. Seguramente, para la época, resultó una innovadora iniciativa que iba en concordancia con los tiempos que se vivían en las salas de redacción, en las que se sustituían máquinas de escribir por modernas computadoras.

En todo caso, la llegada de Informática a la Escuela Comunicación Social en la década de los 80, respondía a una intención netamente instrumental, pues ni siquiera Arpanet se acercaba a convertirse en la Internet que hoy conocemos.

Para ilustrar la anterior afirmación, fue consultado el libro *Las Comunicaciones hacia el III Milenio: Desarrollos y Tendencias*, publicado por las ECS-UCV con motivo del 50 aniversario de la referida escuela. En la publicación Márquez define al profesional del fin de siglo de la siguiente forma:

*no tiene que romperse los dedos con las duras teclas de las ya obsoletas máquinas de escribir o utilizar los métodos tradicionales para la edición de las páginas de periódicos, elaboración de campañas publicitarias, estudios de mercado u otra actividad afín con la comunicación, pues con tan solo manejar un paquete informático, pulsar en un suave teclado y estar familiarizado con una computadora podrá realizar maravillas en sus trabajos, proyectos desde cualquier plano, ya sea impreso o audiovisual (1996, p. 176).*

Sin pretender analizar en detalle la cita anterior, es innegable la subestimación y la poca valoración que se hacía de las herramientas tecnológicas emergentes. Vale reiterar que dicha publicación fue elaborada por la ECS-UCV faltando sólo cuatro

años para entrar al siglo XXI. Una muestra evidente de lo tarde que llegaron las transformaciones digitales a la academia venezolana.

### **Brecha digital: acceso denegado**

El impacto que Internet ha alcanzado en todos los sectores de la sociedad, es indudable al finalizar la primera década de esta centuria. Su acelerado crecimiento, tal y como analizamos al inicio del presente capítulo, es a juicio de Villaroel (2002) la resultante de su capacidad para expandirse geográficamente debido a dos características: flexibilidad y facilidad de acceso.

Esa penetración de la red en nuestra cotidianidad se hizo costumbre para jóvenes y adultos que interactuaban a través de la red sin ningún tipo de complejos, a pesar de las características particulares de cada grupo etario sobre su relación con Internet. Dicha clasificación implica una diferencia sustancial entre cada grupo: quienes se ven en la necesidad de migrar hacia Internet y aquellos que nacieron navegando en la red, inmigrantes y nativos digitales, de acuerdo con Prensky (2001).

Ambos grupos, a pesar de sus diferencias, hacen vida en una sociedad profundamente marcada por la información y el conocimiento que Covi describe como mediática, por su capacidad para permear otras actividades tales como: “la industria, el entretenimiento, la organización, los servicios y la educación” (2006, p.18).

Al tiempo que la SIC expande su radio de acción, vertiginosamente, es casi imposible desconocer la influencia que ejerce sobre su contexto. El crecimiento de la red, ha desbordado las proyecciones que se habían realizado a su alrededor. Tanto que, en un informe presentado en 2007 por el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), se define a Internet como “un espacio de comunicación, información y entretenimiento donde las capacidades de acceso, distribución,

producción e interactividad rompen los roles de emisor y receptor que habían regido hasta el momento en los medios de comunicación tradicionales”.

A pesar de la anterior definición, no todas las visiones acerca de Internet son exactamente favorables. Por ejemplo, Mattelart, citado por Trejo, (2006, p.32) sostiene que la red es el vehículo de la Sociedad de la Información para fortalecer una ideología que pretende legitimar un estatus supeditado a los intereses políticos y económicos de las grandes corporaciones. De acuerdo con el autor, la SIC “existe gracias al desarrollo tecnológico en el cual se sustenta”.

Por su parte Valderrama (2000) atribuye a los avances tecnológicos la consolidación de la red en la sociedad contemporánea. Este autor asegura que los grupos sociales de mayor poder adquisitivo han posicionado la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), a más sectores de la sociedad.

De hecho, las TIC han modificado y multiplicado las capacidades de difusión de los mensajes. Precisamente para Trejo, Internet es un “espacio para reacciones, réplicas y contribuciones de información prácticamente sin restricciones” (2006, p.33).

No obstante, sería ingenuo pensar que en este espacio todos actúan en igualdad de condiciones. Basta con detallar el crecimiento exponencial de internautas que se ha producido a finales del siglo XX y a comienzos del presente siglo para dar cuenta que la expansión de Internet “es tan desigual como la de otros bienes y servicios en cada región del mundo” (Ibid, p.44).

En un estudio realizado durante 2010 por comScore, se sitúa al continente asiático como el líder en mayor cantidad de usuarios conectado a la red con 41%. En

segunda posición, se encuentra Europa, con un 28% de la cuota, luego América del Norte 18%, Latinoamérica 7% y Oriente Medio y África 5%.

Aunque es de suponer que, debido al origen de Internet, la región del mundo con mayor cantidad de usuarios en comparación con el número total de habitantes es Estados Unidos y Canadá, que alcanzan el 69% y 65% respectivamente. En el segundo puesto, Oceanía con 49,2%, luego Europa con 36,8 y bastante rezagados América Latina y El Caribe 12,5%, Asia 8,9%, Medio Oriente 8,3% y África 1,8%. Unos datos que dejan claramente en desventaja a los ciudadanos de los llamados países del tercer mundo.

Un informe de la Unesco divulgado en marzo de 2002, aporta datos adicionales que dan cuenta de la supremacía de los contenidos en inglés que se consiguen en la red. Casi el 50% de las páginas web en 2001 eran elaboradas en idioma inglés, seguidas por chino, japonés y español todos ellos en porcentajes inferiores al 10%.

Entonces, no es difícil suponer que el desarrollo socioeconómico de una región en particular influya directamente en su capacidad de tener acceso a las nuevas tecnologías y por ende a usos y aplicaciones relacionados con ellas. Trejo se refiere al tema agregando que existen enormes retos e insuficiencias resultantes de las “disparidades entre las naciones y dentro de cada una de ellas” (2006, p. 21).

Si se aplicara la reflexión de este autor a Venezuela y se analizara el caso de dos ciudades, en este caso universitarias, seguramente se encontrarán diferencias sustanciales válidas para analizar en próximos capítulos. En el caso de la ECS-UCV, por ejemplo ha pasado un cuarto de siglo sin que se actualice el pensum de estudios. ¿No será este un indicativo de que esta Escuela es víctima de la brecha digital?

Pero antes de responder dicha interrogante, se definirá primero el término brecha digital que inicialmente se limitaba a cuantificar los usuarios conectados a Internet. Un concepto que, sin embargo, ha evolucionado en paralelo con el desarrollo de nuevas tecnologías.

En la actualidad, brecha digital, según Trejo (2006) comprende los siguientes puntos:

- Acceso a Internet y otras tecnologías.
- Acceso a conexiones de banda ancha.
- Formación para hacer uso adecuado de esas tecnologías.
- Formación para producir contenidos, al tiempo de estar preparado para consumirlos críticamente.
- Libertad necesaria para emplear esos recursos informativos y comunicativos sin restricciones ni censura.

Resulta una paradoja que gracias a la ampliación del concepto de brecha digital, las diferencias preexistentes se intensifican, pues para los países y grupos sociales menos favorecidos sigue siendo más costoso el acceso a Internet y a otras innovaciones tecnológicas: comprar un computador resulta sustancialmente más caro en los países más pobres que en las naciones más desarrolladas. Costos que se trasladan de igual forma a los presupuestos universitarios.

Paralelamente a esta definición, Gutiérrez (2003) aporta otra visión sobre la brecha digital y sus implicaciones. A juicio de este autor, deja de ser un problema netamente técnico al categorizarlo de la siguiente manera:

- Educativas, falta de formación necesaria.
- Técnicas, económicas y geográficas.
- Socioculturales, políticas.
- Minorías y discapacitados físicos y psíquicos.

En el caso universitario, predomina la arista referida al aspecto educativo, sobre el cual se hará énfasis al ser el objeto de estudio de este trabajo: la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, ubicada en Latinoamérica. Región que de acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en 2003 aglutinó el 5,99% de usuarios de Internet del planeta, cifra por debajo del promedio mundial ubicado en 9,72%.

A pesar de los datos anteriores, la región ha evidenciado un crecimiento sostenido en los últimos años en usuarios conectados a la red, más no en productores de contenidos digitales. De nuevo se ha llegado tarde a la Revolución Industrial del siglo XXI.

### **Usos y preferencias de una red latinoamericana**

A pesar del crecimiento de internautas de 23% registrado en América Latina durante 2009, si se compara a la región con el resto del planeta tan sólo se aportó un dígito (de 7% a 8%), con respecto a la audiencia global de Internet, cifras suministradas por la consultora Comscore, que advierten sobre el potencial aumento en la red de las audiencias de los países en desarrollo.

En términos absolutos, Brasil aportó casi 6 millones de nuevos internautas entre febrero de 2009 y 2010, lo que representa un crecimiento de 20%. Una cifra que porcentualmente está por debajo del crecimiento de países como Colombia (36%), Argentina (28%), Venezuela y Puerto Rico (24%), de acuerdo con el mismo estudio.

Este aumento en el caudal de nuevos usuarios web en la región, da cuenta de la importancia que la comunicación a través de la red comienza a tener en Latinoamérica, pues no se trata tan solo de un incremento en términos cuantitativos, sino que, cada vez más internautas dedican más tiempo a navegar en Internet.

Durante los últimos años, la penetración de las conexiones en banda ancha se han intensificado en la región, lo que ha influido directamente en el tiempo promedio de navegación en línea. Latinoamérica en 2010, se sitúa en 24,3 horas mensuales, superando por casi dos horas al promedio mundial que se ubica en 22,6.

El crecimiento sostenido en los tiempos de conexión de los usuarios del continente, está directamente relacionado con la mayor disponibilidad de servicios de banda ancha en Latinoamérica y a la disminución sustancial en los costos asociados a este tipo de conexión. Por ejemplo, Brasil, México y Argentina superaron el promedio global, mientras que Colombia, Chile y Venezuela se colocaron muy cerca de alcanzar la media mundial con 22,4; 22 y 20,3, horas mensuales respectivamente.

En lo que respecta a Venezuela, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), registró un incremento de usuarios de Internet que supera los 9 millones de personas, gracias a los dos millones de suscripciones banda ancha registradas en el país, de acuerdo con la información disponible en el sitio web del organismo durante 2010.

Ante este panorama, se observa el súbito crecimiento del interés de los venezolanos por mantenerse conectados, lo que pareciera indicar que están dadas las condiciones para poner en marcha proyectos digitales de naturaleza 2.0 basados en las tecnologías de colaboración.

### **La rebelión de las audiencias 2.0**

A finales de la década de los noventa prevaleció en la red un modelo de negocio que se circunscribía a la publicación de contenidos estáticos, la mayoría corporativos, sin participación abierta ni gratuidad en los servicios de alta relevancia. Esta red, conocida o llamada posteriormente como web 1.0, se constituía por usuarios carentes de herramientas para producir contenidos, aglutinados en función de los servicios que consumían.



Antes del año 2000, escasas aplicaciones ofrecían espacios abiertos de acceso, escritura y producción de contenidos de valor añadido en forma gratuita. Además ocurrió lo que muchos expertos vaticinaron ante el impresionante esquema de negocios que proliferó en la red. Muchas empresas virtuales que cotizaban en Wall Street obtuvieron ganancias astronómicas que, según Cobo y Pardo (2007), finalmente terminaron por reventar la inmensa burbuja de las compañías punto com. Esta crisis sepultó este modelo de negocio y dio cabida a nuevas formas de navegar en la red. Los usuarios tradicionales y pasivos del entorno 1.0, migraron en forma activa, creando y aportando sus contenidos en las plataformas emergentes portadoras del sello 2.0.

Esta nueva forma de comunicación impulsó el surgimiento de nuevos saberes. De hecho, en sus inicios la red prácticamente se consolidó como un mecanismo de intercambio de datos entre universidades e investigadores. Esta práctica colaborativa es la filosofía de las plataformas wikis, concebidas por Jimmy Wales en el año 2000 y responsable de la creación de la enciclopedia más grande de la historia de nuestro planeta: Wikipedia.

Una enciclopedia que es definida por O'Reilly como “una experiencia radical de confianza” (2005, p.5) en la que cualquier internauta es capaz de incorporar nuevos elementos a la definición de un concepto, siendo susceptible a ser editado por cualquiera. Tanto que, casi 300 mil usuarios wiki, superan las diez colaboraciones cada uno.

Indudablemente que esta estructura abierta y horizontal en la que todos pueden participar sin mayores controles, genera aprehensión con respecto a la fidelidad de los contenidos publicados. No obstante, un estudio realizado en 2005 por la revista Nature, reveló que la enciclopedia más grande del mundo tenía 4 errores por cada 3 de la tradicional Enciclopedia Británica, a lo que Van Perborgh (2007) agrega con evidente sarcasmo “la diferencia, claro, es que los errores de Wikipedia ya fueron

corregidos y los de la Británica deberán esperar varios años para ser enmendados” (p. 4, cap. 11).

La clave del éxito de la filosofía wiki es la creación colectiva construida sobre la base de la confianza mutua y el establecimiento de relaciones intuitivas entre los individuos y la información a la que se accede sin lidiar con intermediarios. Las plataformas 2.0 implican una web en constante cambio y evolución donde convergen múltiples opciones para la creación de nuevos contenidos.

Es así como las nuevas generaciones han tomado el control de la nueva web, seducidas por el surgimiento de una lógica digital marcada por la colaboración. De hecho, los jóvenes fueron los primeros en incorporarse a la “creación colectiva de Wikipedia y también en adoptar los software P2P (peer to peer), que permiten el intercambio de archivos entre computadoras conectadas a través de la red”. (Van Perborgh, 2007, p. 4, cap. 8)

Este concepto de colaboración y creación de contenido en la red, actualmente está apoyado por servicios de publicación colectiva de fotografías (Flickr), videos (Youtube ) y textos (Blogs y wikis), que son gratuitos y sencillos de utilizar por cualquier internauta. Blogueros, tuiteros, foristas, wikipedistas -términos informales para identificar a los usuarios de las nuevas tecnologías- entre otros, ha roto con el enmudecimiento impuesto desde los medios masivos, gracias a sus nuevos roles que emergen en la arena comunicacional debido al impulso de plataformas de Internet para tal fin.

Una transformación que recuperó para la audiencia el protagonismo que antes era casi exclusivo del comunicador. Los medios tradicionales caracterizados por invitar a sus audiencias a contemplar los contenidos debieron fomentar la participación promovida desde los nuevos medios. En la era 2.0, considerada un paso

en la evolución de la web, se apuesta por las relaciones horizontales y por el establecimiento de conversaciones como nueva forma de consenso humano.

Para Noriega y Simó, citando a Fran Monroy, “con la aparición de Internet llegó a la transformación de los medios: Con *Youtube* llegó la democratización de los canales de televisión, con *Flickr* la del periodismo gráfico y con los *Blogs* la del ejercicio de la profesión” (2008, p. 173).

Esta es una realidad que, según el autor, obliga a los periodistas a convertirse en reporteros multimedia y capacitarse para ello, teniendo en el futuro que gestionar contenidos, hacer fotografías, videos y procesar audio u otros formatos desde los lugares donde se produzcan las noticias. Surgen entonces varias interrogantes: ¿Cómo se han adaptado los medios de comunicación al nuevo comportamiento de la audiencia? ¿A raíz de estos cambios, cuáles han sido las demandas que los editores han exigido a los profesionales de la comunicación? ¿Estará la profesión preparada para afrontar los cambios del futuro que ya hoy se han hecho presente?

### **CAPITULO III**

#### **CIBERMEDIOS, NEOCONTENIDOS Y PERIODISMO DIGITAL**

##### **Ni equilátero, ni isósceles... escaleno**

Los cambios experimentados en las últimas dos décadas han ocurrido a tal velocidad, que cuesta trabajo responder a la interrogante ¿qué había antes de? Los avances tecnológicos aceleran los tiempos de caducidad de aquello que hace instantes fue una verdadera novedad. “Miramos el presente a través de un retrovisor”, decía Marshall McLuhan, citado por Fogel y Patiño, para referirse al papel y a la rigidez de los medios tradicionales (2007, p. 22).

Lo que en un principio parecía ser un cambio de soporte que simplemente trasladaría a los medios del formato impreso a la pantalla, terminó convirtiéndose, por fuerza, en una revolución. La más importante desde los tiempos de Gutenberg, pues el texto en cuestión se reescribe, tiene voz e imágenes, invita a la conversación y no existen limitantes espaciales ni temporales.

La ampliación del horizonte comunicacional, vino acompañada de otros cambios sustanciales en las audiencias, rebeladas ante la unidireccionalidad preexistente en los medios masivos. Usuarios conectados en red, ávidos de participación y con ganas de edificar relaciones horizontales con sus interlocutores.

Esta nueva correlación de fuerzas obligó a los medios a replantearse las estrategias para adaptarse a los nuevos tiempos, algo similar a una versión beta *per se* que modifica constantemente gracias a los insumos provenientes de la Sociedad de la

Información y el Conocimiento (SIC), con la intención de mantener en equilibrio a todos los actores que participan en el sistema comunicacional contemporáneo.

El triángulo compuesto por el hecho noticioso, el tratamiento periodístico y la audiencia, ha sufrido importantes modificaciones en tiempos de la era digital. El nuevo comportamiento de los lectores/escuchas/televidentes, ha logrado cada vez ganar más espacios dentro de los medios de comunicación, por lo cual es necesario reflexionar al respecto para definir líneas concretas acerca de las actitudes y aptitudes que deben fomentarse desde las Escuelas de Comunicación Social sobre la base de las modificaciones ocurridas en el ejercicio periodístico durante los últimos 15 años.

### **La reinención de los medios**

El 7 de febrero de 1996, el diario El Nacional, estrenaba el primer periódico en línea de Venezuela. Una iniciativa revolucionaria que sería el punto de partida de la explosión de los medios digitales en nuestro país.

Los apocalípticos no tardaron en anunciar el fin del papel y la nueva era de los periódicos por Internet. Lo cierto del caso es que, luego de 15 años, ambos formatos siguen completamente vigentes y, prácticamente, la totalidad de los medios impresos en Venezuela tienen versiones en línea: El Universal ([www.eud.com](http://www.eud.com)), TalCual ([www.talcualdigital.com](http://www.talcualdigital.com)), Correo del Orinoco ([www.correodelorinoco.gob.ve](http://www.correodelorinoco.gob.ve)), entre otros.

Por supuesto, la migración al soporte digital ocurrió de forma paulatina. A El Nacional, le siguió El Universal y otros impresos. Dos años después, en 1998, se suman los medios de comunicación audiovisuales como Venevisión, Radio Caracas Radio y Unión Radio, entre otros.

Inicialmente la prensa escrita se limitó a replicar en los sitios digitales los contenidos producidos para sus versiones impresas. Al poco tiempo, el efecto espejo se quedó corto ante los verdaderos alcances de las plataformas digitales, subutilizados por una prensa que se mostraba perturbada ante la revolución tecnológica que irrumpía en su cotidianidad.

Sin lugar a dudas, los primeros pasos de la prensa en línea evidenciaron la torpeza de los medios para interactuar con una audiencia enmudecida que comenzó a conversar en voz alta, en concordancia con lo relatado por Fogel y Patiño en su libro *La prensa sin Gutenberg*:

*Internet no es un soporte más; significa el final del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora. Sometido a la omnipresencia de un medio nuevo, despojado, poco a poco, de la competencia con los distintos soportes, revisa cada día un poco más su relación con la audiencia. La prensa bajo el régimen de Internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia (2007, p.15).*

En efecto, en Venezuela los medios pronto descubrieron que el efecto espejo en Internet era necesario más no suficiente. De acuerdo con Peñaloza (2006), las versiones digitales comenzaron a realizar reajustes en función de la inmediatez que debía prevalecer en la web. Entre 1998 y 2000 el eud.com se convierte en el primer medio digital del país que introduce avances informativos a su sitio web e incluye foros, correo electrónico gratuito y un buscador relacional.

Esta innovadora práctica ganó terreno en los medios electrónicos venezolanos, aunque no fue acogida por la mayoría. De acuerdo con lo expresado por Tortello en Rojano (2006), aún el 80% se encontraba en la fase definida por este mismo autor como Shovelware “es el primer nivel que corresponde a la etapa inicial del medio electrónico, donde los contenidos son llevados de la tinta y papel al medio electrónico sin ninguna transformación” (p. 89).

Una evidente muestra de lo lejos que se encontraban los medios en Venezuela de los siguientes niveles de incorporación de elementos multimedia definidos por Giuliano en la compilación de Miladys Rojano en como Shovelware Plus, Transition Newsmedia y Cyber News Media. El primero de ellos se caracteriza por la incorporación de algunos contenidos cuyo formato nativo es digital, aunque globalmente continúa diferenciándose muy poco de la versión original del medio. La siguiente es la etapa de transición entre el maquillaje de la versión espejo y la edición netamente electrónica que se caracteriza por “la incorporación lógica y previamente organizada de nuevos formatos y maneras de expresar el discurso informativo” (2006, p. 89).

Un ejemplo concreto de esa nueva forma de hacer periodismo, de acuerdo con la clasificación propuesta por Giuliano permitiría categorizar al diario Ohmy News como un Cyber News Media. En la siguiente reseña publicada por Ernesto Van Perbogh (2007) en su libro *Sostenibilidad 2.0* comprenderemos las razones:

*En 2003, Ohmy News fue el primer ejemplo de algo nuevo que cobraba fuerza: el periodismo ciudadano. En Corea del Sur, el diario creado por Oh Yeon Ho, un periodista retirado de los medios tradicionales, recibe desde entonces 2 millones de visitas al día. Es el sitio de noticias on line más influyente de su país. Aunque su periódico no tenga redacción, editores, corresponsales de guerra ni columnistas prestigiosos: sólo 33 mil reporteros-ciudadanos que contribuyen con sus artículos. Este diario también inauguró un sistema de rating para que las notas más leídas se publiquen en la portada, dejando así en manos de los lectores el poder de editar y decidir la relevancia de cada noticia (p. 2, cap. 12)*

En su libro de 1995 *Ser Digital*, Nicholas Negroponte vaticinó que Internet permitiría a los lectores escoger solo los temas y las fuentes de su preferencia. Diversos medios electrónicos han evolucionado ofreciendo ediciones personalizadas

a sus usuarios, tal y como ocurre con la versión digital del New York Times. Allí los lectores disponen de una sección denominada My Times, en la que se pueden privilegiar, filtrar y desechar contenidos, promoviendo así, ediciones a la carta del reconocido diario neoyorkino, para cada lector.

El caso anterior, es un ejemplo concreto de la ampliación de posibilidades para los medios impresos, cuando ocurre la metamorfosis digital. Sin embargo, el impacto de lo electrónico no se ha limitado a la prensa escrita, la audiovisual también ha sentido la revolución de los nuevos medios amparados en un contexto 2.0, donde los usuarios reclaman ser escuchados, valorados y reconocidos como interlocutores válidos. Por ejemplo en Venezuela medios, programas, conductores, anclas, reporteros y periodistas en general han dispuesto canales de comunicación digital, para mantenerse conectados con sus audiencias: correos electrónicos, usuarios de Facebook y, más recientemente, de Twitter permiten el intercambio entre lectores, escuchas y televidentes.

Todas anteriores estrategias que surgen ante la imposición de un nuevo orden que pone en jaque el reinado que ostentaba la televisión, durante más de medio siglo. Una competencia que se mueve al compás marcado por la emergencia de otra corona: Internet.

Según un estudio elaborado por la Universidad de California, Los Ángeles (UCLA) y citado por Trejo (2006), por primera vez, la gente pasa más horas al día frente a la computadora en Internet que viendo televisión. ¿La razón? La consolidación de los llamados nuevos medios que, a través de las redes sociales, han capturado nuevos usuarios y han promovido nuevas formas de comunicación.

Este mismo informe se asegura que los usuarios de Internet son capaces de interactuar con varios medios simultáneamente y que más del 30% de los televidentes comparte el tiempo de encendido del aparato –no necesariamente ve televisión–



mientras está conectado a Internet. De allí se desprenden tácticas comunicacionales como: adelantos del próximo capítulo, las votaciones en línea y los foros con los artistas, entre otras muy utilizadas en los medios tradicionales para no sucumbir ante las nuevas preferencias de sus audiencias.

Fogel y Patiño (2007) aseguran que el alcance de los cambios promovidos por Internet no se limita a erradicar los monopolios ejercidos por la prensa escrita sobre el texto, y por lo audiovisual con la sincronía de sus escuchas. Para ambos, Internet produce un efecto mucho más demoledor:

*Acaba con las definiciones rígidas del pasado: la radio anuncia la noticia, la televisión la muestra, el diario le proporciona un enfoque... De una página a otra, todos los contenidos desfilan por la misma red, con una única etiqueta: disponible en Internet. En la pantalla, lo específico de cada prensa se convierte en simples variaciones de una única experiencia, el periodismo difundido por Internet (p.24).*

En la actualidad, es común encontrarnos sitios web donde abundan contenidos multiplataforma en los que además de leer la nota de prensa, se puede ver la galería de imágenes y/o escuchar/ver el audio/video de la información.

En cualquier caso, todas son variantes de la innegable capacidad de los medios de comunicación para reinventarse y adaptarse a los nuevos tiempos marcados por la inmediatez y la innovación definida por Crovi como Convergencia Tecnológica:

*Las redes que convierten a las TIC en piezas clave de la reorganización global del planeta. Esto es posible gracias a sus dos ventajas: conectividad e interactividad, que implican unir e interconectar a diversos medios entre sí, lo que les permite conformar redes cuya influencia es decisiva en los comportamientos sociales. (2006, p. 54)*

De acuerdo con la anterior definición, la convergencia exige del periodista nuevas técnicas y nuevas formas de abordar el hecho noticioso desde la perspectiva de lo web, donde reina un entorno multifuncional que incrementa las posibilidades que pueden ser aplicadas en el tratamiento informativo.

La era multimedia abordada desde la perspectiva de los procesos comunicacionales, conduce, inevitablemente, al camino de la convergencia tecnológica; el desarrollo de nuevos medios y, en fin, a las contribuciones del escenario tecnológico que según, Delia Crovi, se hacen realidad mediante Internet al explorar simultáneamente todos los niveles comunicativos (unidireccionales -ya conocidos-, bidireccionales y multidireccionales). (2006, p. 38). Para ello, se emplean recursos multimedia que aglutinan las ventajas de distintos lenguajes en los que la sincronización sustituye el concepto de lugar y la interconexión a la noción del tiempo.

El reconocido investigador Manuel Castells, asegura que la tendencia apunta hacia la saturación informativa y la proliferación de medios en distintos formatos, para diferentes momentos y contextos de utilización. A su juicio, en Internet, el verdadero dilema radica en la credibilidad. En ese sentido, afirma que “la etiqueta de veracidad, sigue siendo importante, pues la credibilidad de un medio de comunicación se convierte en su única forma de supervivencia en un mundo de interacción y de información generalizada”. (2001, p. 13)

Por su parte, Peralta (2010) coincide con Castells en que atrás quedaron los tiempos de la escasez informativa, pues la época actual está marcada por la superabundancia de información y cualquier usuario tiene acceso a fuentes y noticias al instante. En realidad, la audiencia puede convertirse, en muchos casos, en la fuente original de la noticia y en productor de contenidos para los medios masivos. Algo nunca antes imaginado por los medios tradicionales.

**Contenido generado por usuarios: el negocio redondo de los medios**

Calificar, etiquetar, debatir, criticar y/o simplemente participar, además esperar respuesta del comunicador, medio u otros internautas, todo en tiempo real, es posible gracias a la interconexión que ha permitido a los usuarios de Internet estar en el epicentro del proceso comunicativo.

Según un informe de Pew Internet & American Life Project de 2005, el 35% de los usuarios de los Estados Unidos crean contenidos en línea. Van Perborgh (2007) clasifica en 4 roles las diversas formas de generación de contenidos:

- Consumidores: revisan contenidos, luego votan, jerarquizan y etiquetan.
- Participantes: se incorporan a las redes sociales de amigos, hacen seguimiento a determinadas informaciones y se suscriben a contenidos de su preferencia.
- Editores: redactan, fotografían, filman y comparten sus contenidos en la red.
- Influyentes: realizan los tres anteriores roles y adicionalmente son reconocidos por las redes sociales como líderes de opinión y moderadores de contenido.

Una muestra de la influencia generada por este tipo de contenidos fue la adquisición de Youtube por parte de Google, en una operación que superó los 1.500 millones de dólares durante 2006. La razón de la millonaria transacción, no es más que la cifra suministrada por Comscore (2010) que confirma la popularidad de los videos amateur, pues 91% de los videos más vistos en el sitio corresponde a usuarios anónimos.

Esta generación de contenidos desde los usuarios se ha rebelado contra el esquema tradicional de los medios de comunicación que solo se nutrían de contenidos realizados de adentro hacia afuera. En la actualidad priva un modelo caracterizado por múltiples emisores que han desdibujado las fronteras entre audiencias y creadores.

Por su parte, Rosalía Vargas, adjunta al Gabinete del Ministro de Ciencia y Tecnología de Portugal, asegura que

*los periódicos, emisoras de radios y, sobre todo las televisoras de todo el mundo reestructuran sus programas e incorporan la edición electrónica, utilizan el ciberespacio y se encuadran en un contexto de interactividad sin precedentes en la que el telespectador, oyente o lector puede enviar directamente programas videos, músicas su voz o textos,. (1997, p.168)*

Una nueva dinámica que ha sido identificada por los medios como un área de oportunidad para plegarse a la nueva direccionalidad caracterizada por la producción de los contenidos generados por los usuarios y la evolución de las herramientas tecnológicas. Ambos factores han abierto las opiniones de los usuarios en los grandes medios.

Tal es el caso de iReport, un portal web adquirido por CNN en enero de 2008 donde los usuarios publican información en diversos formatos que los propietarios del sitio disponen para transmitir a través de la cadena internacional de noticias, que también permite a su audiencia enviar textos, fotos y videos a través de la sección CNN Exchange. También la interestatal Telesur bautizó su sección de periodismo ciudadano como Soy Reportero. En Venezuela, canales como Globovisión y Venevisión habilitaron secciones del mismo corte denominadas Reportero Digital y Periodismo Ciudadano, respectivamente.

El reinado de Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), ha permitido a los usuarios tener a su alcance dispositivos móviles o cualquier herramienta/medio que permite registrar con suma facilidad información en tiempo real, envían videos, fotos, y/o textos a los medios tradicionales, plegándose a sus campañas de periodismo ciudadano. En todos los casos los grandes ganadores resultan los medios de comunicación que a través de estas iniciativas legitiman nuevas formas de tener acceso a información inmediata, exclusiva y, sobre todo, gratuita.

Durante este proceso de emancipación de la audiencia, el surgimiento de nuevas herramientas hicieron mucho más fácil la manipulación del contenido web en distintos formatos: texto, foto, audio y video. Adicionalmente, los usuarios de Internet han experimentado una evolución sustancial en la velocidad de conexión que, junto a la multifuncionalidad de los teléfonos móviles y dispositivos portátiles, han permitido manifestar, cada vez con mayor calidad, la expresión de una audiencia que anhela dejar su huella en la historia de las comunicaciones digitales.

Es precisamente el 7 de julio de 2005, el día que Internet se manifiesta en toda su dimensión con los atentados en los transportes públicos de Londres. Un millón trescientos mil internautas visitaron la versión digital del diario británico The Guardian, la red dio muestra de robustez al soportar el tráfico incesante de internautas en búsqueda de información.

La exclusiva, primicia o tubazo que marcó el ejercicio periodístico previo quedó en desuso ante la avalancha informativa que se generó durante las 24 horas posteriores al atentado: 20 mil correos electrónicos, miles de fotos y 20 videos consolidan la supremacía de Internet sobre el resto de los medios de comunicación.

De hecho, a pocos minutos de la primera explosión en el metro de Londres, los testigos enviaron imágenes a los medios británicos a través de sus teléfonos

celulares y al ser publicados por estos, de inmediato, fueron reproducidos en sitios web de todo el mundo. Es así como se desvaneció la delgada línea que separaba al ciudadano común del reportero. El resultado: la relevancia del periodismo ciudadano, al que nos referimos sólo de manera tangencial, pues no es el objeto de estudio de la presente investigación.

### **Blogueros: ¿el germen del periodismo participativo?**

La diferencia más notoria entre el periodismo tradicional y las nuevas formas de ejercerlo radica en la estructura y organización de ambos. En el caso del primero, obviamente existe una entidad jerárquica, corporativa y con marcados intereses comerciales. Caso contrario ocurre con el periodismo participativo donde priva la horizontalidad, colaboración y conversación por encima de cualquier lucro (Bowman y Willis, 2003).

La fortaleza de la participación radica en el sentido de comunidad que se está consolidando en los ambientes virtuales. Precisamente, esa es una de las fortalezas de la blogosfera, un complejo ecosistema donde miles de ciudadanos a través de blogs intercambian impresiones, experiencias, anécdotas, puntos de vista e informaciones acerca de distintos temas y, lo más importante, es que en muchos casos publicaron contenidos inéditos y los compartieron en red.

Adicional al fuerte sentido de comunidad, los blogs se popularizaron por su flexibilidad y su capacidad de almacenar grandes cantidades de entradas ordenadas de acuerdo a la fecha de su publicación. Lo extraordinario resulta que, para ello, no es necesario poseer conocimiento alguno sobre diseño web, programación ni Comunicación Social.

De acuerdo con un estudio realizado durante 2006, por Pew Internet & American Life Project en el mundo existían aproximadamente 147 millones de blogs. De ellos 66% estaba bajo la administración de internautas cuyas edades estaban

comprendidas entre los 12 y 35 años. Una evidente muestra de la penetración de la tecnología en la población más joven.

Las cifras anteriores ponen de manifiesto el rotundo éxito que la plataforma blog ha acumulado a escala planetaria y es credencial suficiente para avalar la transacción que permitió a Blogger cotizarse tan alto durante 2004, cuando Google adquirió todas sus acciones por un monto cercano a los 50 millones de dólares.

En una primera etapa, los blogs se concentraban más en páginas dedicadas a la expresión íntima de sus creadores. Sin embargo, poco a poco, la información contenida se fue modificando hasta alcanzar la diversificación temática, lo que permitió desarrollar la curiosidad de expertos en algún tema y el interés de lectores especializados.

Precisamente, uno de los tipos de blogs que atrae mayor expectativa entre los internautas, son los llamados blog periodísticos. Tanto que, durante el último lustro, versiones digitales de los medios impresos más prestigiosos del mundo incorporaron blogs, de forma progresiva, a su estructura de contenidos.

Estas secciones incorporadas a la web son escritas, en primera instancia de acuerdo con Zanoni, “por personas famosas, como conductores de TV, empresarios, escritores y periodistas, contratados exclusivamente como bloggers”. Una estrategia que se hace más atractiva para la audiencia al permitir la interacción directa y en tiempo real con el escritor/editor a través de los comentarios. (2008, p.59)

Otra modalidad que se incorporó a los sitios web de noticias y los diarios importantes fue brindar la opción a cualquier usuario de crear de forma gratuita un espacio en la blogósfera del medio digital. Por ejemplo, sitios como elpais.es y clarín.com ofrecieron blogs gratuitos a sus usuarios y, además, posibilitaron que parte de las entradas publicadas en el blog aparezcan en la página principal del diario

digital. En Venezuela, han replicado la idea diarios como El Nacional y Últimas Noticias.

Ambas estrategias, blogueros famosos y anónimos, permiten al medio transformarse en el epicentro de la conversación y transformarla en insumo para el debate dentro de su propio sitio, lo que indudablemente genera la construcción colectiva de una comunidad y favorece la producción de nuevos contenidos.

En todo caso, la popularidad de estas plataformas se ha incrementado debido al éxito de campañas ciudadanas para canalizar protestas y requerimientos colectivos, ambas premisas caracterizan el periodismo participativo, definido por Zanoni como:

*una consecuencia inevitable del avance tecnológico de las últimas décadas, que le proporciona al usuario nuevas posibilidades y plataforma de fácil uso para producir y publicar sus propios contenidos. Tal como hoy funciona Internet, resulta inseparable su existencia sin la participación activa de millones de personas de todo el mundo (2008, p. 70).*

Precisamente los blogs lograron capitalizar la dinámica de los foros y los grupos de discusión y ganaron adeptos canalizando la sinergia de esos usuarios que continuamente disertaban sobre distintos temas y que son la antesala del nuevo rol en la red: quienes publican contenidos inéditos y, a su vez, participan abiertamente en el debate.

A raíz de esta dinámica comunicacional han surgido nuevos medios que no son subproductos ni representaciones en la red de otros formatos. Ellos han nacido digitales y se han consolidado, entre otros factores, por la inmediatez y la participación que les caracteriza. Casos como: [aporrea.org](http://aporrea.org), [lapatilla.com](http://lapatilla.com), [noticias24](http://noticias24) y [noticierodigital](http://noticierodigital), por nombrar sólo algunos.



Es así entonces como las audiencias, hasta hace poco pasivas, se incorporaron a la producción de contenidos haciendo que Internet se consolidara como medio de expresión mundial y permitiendo que la información generada en esta dinámica estuviese disponible en tiempo real, sin los filtros ni la censura previa que se practica en los grandes medios, pues el único que es capaz de jerarquizar y ponderar un contenido en la red termina siendo la propia audiencia.

En vista de este complejo y dinámico panorama que ha promovido cambios sustanciales en los medios, los contenidos y las audiencias, queda por explorar lo ocurrido en las salas de redacción y en el ejercicio profesional de los comunicadores para poder esbozar un perfil de competencias acorde con los nuevos tiempos.

### **El Comunicador Social del siglo XXI**

A riesgo de evocar un lugar común con el intertítulo anterior, la multiplicidad de cambios que sacuden las estructuras del periodismo del nuevo milenio invita a reflexionar sobre el destino de una profesión llamada a reinventarse.

Saba García recopilado por Rojano (2006) asegura que el periodista digital debe poseer un perfil polivalente capaz de conocer y dominar la tecnología, la técnica y los distintos tipos de lenguaje. Un popurrí de fotógrafo, camarógrafo, editor, diseñador, editor, entre otros.

Por su parte Rojano (2006) recoge lo expresado por Iragaray, quien asegura que el periodista digital debe tener conocimientos sólidos en:

*Seleccionar los hechos relevantes ante la cantidad de información existente en Internet; jerarquizar la información y conocer las prioridades para actualizar la página web con la información obtenida; profundizar y contextualizar con fuentes complementarias no sólo aquellas obtenidas, a través de la misma red; dominar el lenguaje y la capacidad de síntesis, porque en la web no se lee horizontalmente, más*

*bien se escanea verticalmente la página; dominar las posibilidades de la interactividad para generar respuestas y comentarios. (p. 75)*

Otro aspecto que es necesario evaluar es la relación del periodista digital con los demás actores del proceso comunicacional. Como ya se ha visto, a lo largo de este mismo capítulo el medio, las audiencias y el contenido han ido modificándose en función de los adelantos tecnológicos.

Sobre su relación con el medio:

- La actualización de la información es continua, pues no existe una hora de cierre.
- La filosofía del medio deben ser multimedia: flexibles, interactivos, ampliables y actualizables.
- Lo digital implica trabajo en equipo y multidisciplinario.

Sobre su relación con los contenidos:

- La vigencia de los contenidos exige mantener una estrecha relación con la fecha y hora de su publicación.
- La inmediatez prevalece como uno de los atributos más importantes del periodismo digital.
- Vincular a otras notas o contenidos relacionados.
- Organizar los contenidos para garantizar el acceso al archivo, bien sea de forma gratuita o paga.

Sobre su relación con las audiencias:

- Debe personalizar contenidos en caso que se requiera.
- Promover la creación de espacios interactivos para garantizar la participación de los usuarios.
- Responder a las solicitudes de sus lectores.

Adicionalmente, los espacios surgidos de la creación de nuevos medios han reconfigurado los perfiles ocupacionales permitiendo la aparición de figuras hasta hace poco inexistentes. Según Aguirre recopilado por Rojano (2006), entre esas se pueden encontrar las siguientes:

- Buscador de información en la red: exploración y selección de datos que sirvan de insumos a trabajos periodísticos.
- Asistente de información en la red: procesa las respuestas interactivas de los usuarios a los periodistas de planta.
- Periodista web o ciberperiodista: elabora contenidos para soporte digital, se concentra en la relación con sus lectores/usuarios.
- Redactor digital: redacta contenidos en formato electrónico.
- Freelance digital: es un agente libre que opera fuera de planta.

Estas nuevas relaciones y competencias del periodista digital se enfrentan a una realidad plasmada en el estudio *Así es el periodismo online en América Latina* realizado durante 2004 por el diario El Tiempo de Colombia: más de la mitad de los periodistas que se desempeñan en medios electrónicos carecen de formación académica en el área. Más alarmante aún es que en ese mismo sondeo los directores de esos medios aseguraron que el 70% de sus trabajadores requieren capacitación en productos multimedia y el 17% en redacción web.

Es indudable que en este contexto la formación académica es trascendental para mejorar el desempeño en un medio que se encuentra en constante evolución. Para ello, es vital que las escuelas de Comunicación Social adapten su contenido programático para formar profesionales del futuro. Si bien, los cambios ocurridos en la profesión son cuantiosos, luego de la irrupción de Internet ¿habrá ocurrido lo mismo con los contenidos de las universidades que dictan Comunicación Social?

## CAPITULO IV

### LA ACADEMIA EN UNA CALLE CIEGA

#### **Análisis de un pensum en constante desactualización**

En Venezuela, 14 instituciones de educación superior imparten formación a bachilleres que aspiran ejercer como profesionales de la comunicación en un futuro cercano, según los datos suministrados en el *Manual Oportunidades de Estudio* editado en 2008 por la Oficina de Planificación del Sector Universitario (OPSU). Una carrera que, en la última década, ha repuntado como una de las de mayor demanda para los jóvenes que egresan de la educación secundaria y pretenden ingresar en las universidades nacionales.

Pocos cupos disponibles deben repartirse entre miles de bachilleres, ávidos por formarse como comunicadores. Aunque la oferta curricular de las universidades más importantes del país se aleja en buena medida de las nuevas tendencias de los medios de comunicación y es que, esa formación académica, pareciera estar marcada por la brecha digital que, irremediablemente, atraviesa una enorme muralla entre lo que se aprende en las universidades y lo que se aplica en el ejercicio profesional.

En Invasiones Bárbaras, un portal de Internet dedicado a noticias y nuevos medios, el profesor de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Diego Peralta, publica un artículo titulado *¿Por qué las facultades de periodismo no forman profesionales para el futuro?*, donde el docente universitario retrata lo que, a su juicio, es la verdadera crisis de estas facultades, pues considera que continúan formando profesionales del pasado que, paradójicamente, están insertos en una dinámica comunicacional que exige mayor preparación de los periodistas para enfrentarse a los retos del futuro.

Peralta, describe a la noticia del nuevo siglo como veloz, superficial y sobresaturada, mientras que a la audiencia la cataloga como activa, participativa y productiva gracias a las redes sociales. El docente universitario asegura que ahora, más que nunca, es necesario entender que la figura del periodista que decide qué es noticia, debe compartir espacio con otras posibilidades, pues “la audiencia se ha transformado en prosumidores, un público que consume y produce información. Que recibe pero entrega. Nunca más un lector pasivo” (2010, s/n).

El mismo autor considera que el perfil profesional no se corresponde con las condiciones actuales en las que se ejerce, en buena parte porque el periodismo ha cambiado. Caso contrario el de la oferta curricular y las herramientas que en las universidades venezolanas se imparten.

A pesar de lo señalado por Peralta, algunas universidad venezolanas ubicadas en los estados Zulia, Mérida y Distrito Capital han iniciado una revisión exhaustiva de sus contenidos en Comunicación Social para adaptarlos a los nuevos tiempos.

### **Periodismo digital a lo zuliano**

En un estudio realizado en cuatro universidades, ubicadas en el estado Zulia, sobre la incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la pensa de estudio de Comunicación Social, arrojó como resultado promedio que tan solo el 15,81% de las horas académicas se dedican al estudio de las TIC (Ramírez, 2009).

En detalle, La Universidad del Zulia (LUZ), en su cátedra de Periodismo Impreso, dedica 12,28% de su programación académica al tema; la Universidad Rafael Bellosó Chacín (URBE) dispone de 17,69%; la Universidad Católica Cecilio Acosta (UNICA) el 12,71% y la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV),

alcanza el 20,51% del tiempo dedicado al tema de las nuevas tecnologías de la información.

En el referido estudio se hizo énfasis en la distribución del tiempo en lo instrumental y lo reflexivo del tema, siguiendo la línea teórica enunciada por Habermas (1986), quien criticó el hecho que las sociedades modernas se encuentren dominadas por la racionalidad tecnológica, alegando que esa dinámica anula lo reflexivo y limita la capacidad de decisión del colectivo.

En las consideraciones generales del estudio denominado *Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Oferta Curricular de la Carrera Comunicación Social*, Ramírez asegura que las universidades en cuestión LUZ, URBE, UNICA y UBV “favorecen la formación instrumental por encima de la integral, debido a que la mayoría de los saberes contenidos en las unidades curriculares vinculadas con las TIC son técnico-prácticos” (2009, p. 12).

La autora considera fundamental que en los contenidos dictados se propicie el análisis y la reflexión teórica acerca del medio en cuestión y lejos de promover su uso indiscriminado, se discierna acerca de las implicaciones que las tecnologías tienen sobre la comunicación.

En la reflexión de Ramírez (2009) prevalece la racionalidad del comunicador ante el hecho noticioso, el fondo por sobre la forma, “no puede pretenderse que el conocimiento que sobre el área tenga un comunicador se reduzca al manejo técnico del mismo”. Una de las formas en las que la brecha digital se manifiesta, esta vez, puertas adentro de las universidades venezolanas (p. 5).

Por otra parte, las marcadas diferencias entre alumnos y profesores –casi la totalidad de los primeros, nativos digitales y los segundos más cercanos a ser inmigrantes digitales de acuerdo con Prensky (2001)- convergen en una evidente

bifurcación entre la manera de aprender de los nativos (alumnos) y los intentos de enseñar de los inmigrantes (docentes).

Durante 1995, en La Universidad del Zulia (LUZ) se concretó una reforma curricular en la escuela de Comunicación Social que incluyó al periodismo electrónico como materia obligatoria. A esta iniciativa se le sumaron UNICA, URBE y UBV. El factor común en todos los casos es que las autoridades han permitido cambios paulatinos en la grilla académica, para ganar espacios a las TIC en la formación de los comunicadores sociales del nuevo milenio.

Otro estudio denominado *Formación Universitaria y Ejercicio del Ciberperiodismo en el Zulia: entre los objetivos curriculares y las competencias profesionales* se centró en conocer los resultados que las modificaciones en el pensum académico habían arrojado en la práctica. La investigación realizada por Fariás y Prieto (2009), analiza a 15 egresados de las Escuelas de Comunicación Social de las universidades zulianas, a los fines de determinar su desempeño como profesionales digitales.

En los resultados preliminares del referido estudio se destaca que la “formación para el campo del ciberperiodismo no logra responder a cabalidad a la demanda del ejercicio ciberperiodístico” (2009, p. 21).

Las autoras aseguran que las imprecisiones académicas se trasladan a las salas de redacción digitales, tanto que los cargos ejercidos por los profesionales recién egresados parten de una variopinta denominación: periodista web, ciberperiodista, editor web, asistente editorial, redactor web, corrector multimedia. Distintas denominaciones para el desempeño del mismo cargo, es sólo una muestra de la ligereza como es tratado lo digital en el ejercicio profesional. Una gama de roles y funciones que poco ayuda, en la definición del perfil del periodista del presente siglo.

### **Los ucabistas se digitalizan**

En el caso de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), a finales de los años noventa, se concretaron pasos firmes en la incorporación de lo digital al plan académico de su Escuela de Comunicación Social. En 1999, se realizó la reformulación de la asignatura informática y se incorporaron dos nuevas materias obligatorias, al pensum vigente: Realización Multimedia y Periodismo Interactivo. (Aguirre, 2006)

La informática dictada en la UCAB, previo a 1999, estaba muy lejos de interesar a un estudiante de Comunicación Social, pues el contenido programático de la cátedra guardaba muy poca relación con el perfil profesional de los egresados y con los intereses de los estudiantes.

Buena parte de los cambios alcanzados en la referida asignatura se logró, de acuerdo con Burgos, gracias al cambio de visión de la cátedra: la informática requerida por la Escuela era la del comunicador, no la del ingeniero. En 1996, el Consejo de Escuela de la UCAB, decidió “contratar a profesores que fuesen comunicadores sociales, o que al menos estuviesen más vinculados con el uso de la computadora para la comunicación, para que le dieran un vuelco a la asignatura, orientándola a las necesidades concretas de ese ámbito profesional” (2006, p. 243).

Los cambios en Informática de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB continuaron implementándose de forma paulatina durante años posteriores. De hecho, la Comisión del nuevo Plan de Estudios, introdujo modificaciones adicionales: la cátedra se dividió en Informática I y II dictadas en el cuarto y quinto semestre respectivamente, también se duplicó el número de horas, a la vez que se redujo la cantidad de alumnos por sección y la asignatura dejó de ser netamente



teórica para incorporar sesiones prácticas, todas calificadas sobre la base de la evaluación continua.

Ambos programas fueron reestructurados sustancialmente, de acuerdo con el programa vigente en la UCAB correspondiente al año 1999. En el caso de Informática I se dividieron los contenidos en 4 grandes temas:

- Informática, Información Digital vs. Información Analógica. Recorrido Histórico
- Aplicaciones para la gestión de proyectos comunicacionales
- Aplicaciones para la creación de piezas comunicacionales
- Búsqueda de información, uso de Internet

En este caso, el contenido teórico está presente únicamente en el primer tema del programa académico, al contrario de las sesiones prácticas que ocupan las 3 cuartas partes del contenido formal de la materia. En lo que respecta a Informática II los objetivos se centran en el desarrollo de un proyecto comunicacional basado en la convergencia multimedia. Para su desarrollo es fundamental el conocimiento técnico adquirido en Informática I. El contenido quedó distribuido en los siguientes temas:

- Texto, hipertexto e interactividad
- Diseño de medios interactivos: Contenido, Identidad e Interactividad
- Desarrollo de sitios web
- Desarrollo de títulos multimedia

A todas luces los cambios incorporados durante 10 años a la asignatura Informática dictada en la UCAB, permitieron abrir un largo sendero a la actualización de su programa académico. Tanto que, durante 2004 fueron creados los Programas de Ampliación en Comunicación Social, dirigidos a estudiantes de cuarto nivel.

La ampliación de la oferta digital de la Escuela de Comunicación Social se concretó con el programa Periodismo Online.com conformado por las asignaturas Periodismo Digital, Documentación Digital e Investigación y Realización Multimedia.

### **Otro caso exitoso: La Universidad de Los Andes**

La Universidad de Los Andes (ULA) estudió a los alumnos de la Escuela de Comunicación Social que durante el año 2008 cursaban la asignatura Periodismo Digital, con la intención de obtener datos importantes sobre cómo las nuevas generaciones han incorporado la tecnología a su proceso de formación académica.

Los 20 alumnos que forman parte de la muestra seleccionada por la investigadora Patricia Henríquez, dedican en promedio 3,3 horas de conexión diaria. La mayoría de ellos navega simultáneamente entre varias ventanas y asegura que la actividad que realizan con más frecuencia en la red es la búsqueda de información.

Los datos anteriores, dejan clara la incorporación de nuevos hábitos que se enlazan a las nuevas formas de comunicarse, a través de la red. De acuerdo con Farías y Prieto (2009), a finales del siglo pasado ya existía una enorme demanda en las comunidades universitarias para satisfacer las exigencias académicas impuestas por las llamadas TIC en el ejercicio del periodismo.

La experiencia de la Universidad de Los Andes (ULA) se ha desarrollado en consonancia con lo planteado por Salaverría, citado por Henríquez (2006). En 1998, la Comisión para la Reforma Curricular de esta casa de estudios materializó cambios en el pensum académico que incorporaba la formación digital de los periodistas. En dicha comisión, fueron incluidos los alumnos de la ULA, quienes promovieron la incorporación del *Taller de Producción en Medios*, una asignatura que concibió inicialmente para subsanar las carencias que los mismos estudiantes aseguraban tener durante su período de pasantías en los medios de comunicación.

Sin embargo, la cátedra durante la primera década del siglo XXI incorporó modificaciones que permitieron acercarla al modelo reflexivo de Salaverría. Durante ese lapso la asignatura evolucionó hasta denominarse Periodismo Digital, dejando atrás el modelo instrumental utilizado inicialmente hasta poner en práctica un modelo didáctico que de acuerdo con Henríquez permitiera a los alumnos “aprender el uso de las TIC en el periodismo aplicando estas herramientas en el propio proceso de aprendizaje” (2006, p. 207).

La nueva asignatura fue adoptando progresivamente premisas que le permitieran ser coherentes con su discurso digital. Por ejemplo, a la colaboración y comunicación en el aula se le dio protagonismo en la metodología implementada para la construcción del conocimiento y su posterior evaluación. También se incorporó activamente a los medios de comunicación como objeto de estudio y los alumnos se convirtieron en el eje central del conocimiento, pues debían “aprender a aprender trabajando cooperativamente en grupo para solucionar un problema real” (Ibid, p. 208).

Internet como fenómeno social, cultural y comunicacional: la cultura de la virtualidad real. El periodismo digital y sus conceptos claves. El mensaje periodístico en los servicios de información en línea. Diseño y producción de proyectos de comunicación digital y Retos del periodista en el mundo digital, conforman los cinco grandes objetivos de los contenidos desarrollados en esta asignatura en la que destacan tres tipos de contenidos: conceptuales, procedimentales y actitudinales. Estos últimos los de mayor relevancia a juicio del autor de este Trabajo Especial de Grado, pues todo parece indicar que garantizan el desarrollo de habilidades en los estudiantes de Comunicación Social que les permitirán adaptarse en el futuro a la incorporación de innovaciones tecnológicas en su desempeño profesional.

### **ECS – UCV: un pensum analógico en tiempos digitales**

En el caso de la Escuela de Comunicación Social (ECS) de la Universidad Central de Venezuela (UCV), la más antigua de todas en el país, fundada en 1946, se mantiene vigente el pensum desde el año 1987. Casi un cuarto de siglo sin incorporar nuevos contenidos, sobre todo cuando durante ese lapso se han generado tantas modificaciones en la praxis de la Comunicación Social.

El director de la ECS-UCV, Miguel Ángel Latouche, en su blog opina sobre el tema del cambio de pensum que:

*Debemos transitar hacia una revisión extensiva y total del pensum de la escuela. Esa parece ser ya una actividad que no podemos postergar. Existen problemas concretos que vale la pena destacar: Por una parte no parece haber coherencia en la disposición de las materias. Uno entendería, por ejemplo, que las materias del Departamento de Métodos deberían estar ubicadas en los primeros semestres de la carrera, esto es particularmente cierto en el caso de Informática (...) No podemos asumir los retos de los tiempos que vivimos desde una concepción de la ECS, de sus problemas, de su manera de organizarse que data de hace 22 años. No podemos hacerlo sin revisar de manera exhaustiva el perfil de nuestros egresados. No podemos hacerlo sin repensar a la escuela desde el ámbito de logos y desde el ámbito de la praxis con la intención de incorporar los saberes de estos ámbitos de conocimientos y encauzarlos en la formación de un comunicador verdaderamente integral (2009).*

La carga académica de la ECS-UCV, define 180 unidades de crédito (UC), distribuidas de la siguiente forma: 125 UC en materias obligatorias y 55 UC correspondientes al plan variable. En este último, el estudiante tiene la posibilidad de escoger las asignaturas más acordes al desarrollo profesional que desea obtener.

Las materias obligatorias que se ofertan a los estudiantes de Comunicación Social de la UCV se distribuyen entre los siete primeros semestres de la carrera.

Durante ese recorrido académico los bachilleres no reciben preparación alguna sobre tecnología, nuevos medios e Internet. En teoría, la primera materia que debería ocuparse de esos temas se ubica en el séptimo semestre con el nombre de Informática cuyo objetivo general, definido en el programa vigente desde 1987, establece lo siguiente:

*Dotar al estudiante de los conocimientos fundamentales del área de la informática, con el objetivo de lograr que esté en capacidad de identificar y conocer el uso de computadores y su aplicación de los conceptos de Sistemas en la Comunicación Social (p. 2).*

Sin embargo, al revisar el contenido programático que se dicta en la referida asignatura se encuentran las siguientes unidades temáticas, en las que solo la última de ellas, guarda relación directa con la Comunicación Social: Evolución de la Informática y Estructura del Computador, Funcionamiento del Computador, Soporte de la Información, Desarrollo de la Tecnología Informática, Servicios de Comunicación, Computación Avanzada, Almacenamiento y Representación de la Informática y Los Sistemas y la Comunicación Social.

En ningún caso, el contenido establecido formalmente en la asignatura debe sorprender, pues como ha quedado claro en capítulos anteriores, el mismo fue formulado en a finales de la década de los ochenta, cuando obviamente Internet ni siquiera era considerado un medio de comunicación.

El Departamento de Métodos, al que está adscrita la asignatura Informática, presentó en la sesión 431 del Consejo de Escuela de la UCV una propuesta de actualización sobre diversas cátedras, entre ellas: Metodología de la Investigación I y II, Estadística I y II, e Informática. Con respecto a esta última no se concretó actualización alguna por “divergencias sobre su concepción y articulación con la Comunicación Social”, de acuerdo con lo que reza la minuta del referido Consejo de Escuela (2009, p. 1).

Un método de actualización que de acuerdo con el ex director de la Escuela de la UCV, Adolfo Herrera, ha tratado de promover consensos en las reuniones del Consejo de Escuela, privilegiando las materias optativas pues a su juicio, las asignaturas del plan variable se orientan de acuerdo a las expectativas laborales de los estudiantes (Córdova, 2008, p. 187).

A pesar de no haberse registrado modificaciones formales en el plan de estudios de dicha Escuela, las materias denominadas electivas que conforman el plan variable, pueden ser incorporadas al programa sin mayores trámites burocráticos, permitiendo así dictar materias como: Lógica Digital, Comunicación Social ante las Tecnologías de Información y Comunicación, Estética Digital y Comunicación Multimedia y Periodismo Digital, de acuerdo con lo establecido en la oferta académica 2010 de la ECS-UCV.

Todas, caracterizadas por ser optativas y no formar parte del régimen obligatorio de su pensum de estudios, lo cual implica que buena parte de los egresados en Comunicación Social, se quedan sin recibir preparación académica sobre lo digital. En lo que respecta a las materias obligatorias, ninguna guarda correspondencia con las nuevas tendencias de la Comunicación Social.

En cualquier caso, esto no se traduce necesariamente en que los recién egresados carezcan de conocimientos en el área, pues con solo formar parte de los llamados nativos digitales, existe una idea colectiva de las nuevas formas y formatos del periodismo, eso sí, orientados por puro sentido común, pues la academia, al parecer, aún no está preparada para ofrecer respuestas rápidas a sus estudiantes en lo que a nuevos campos del periodismo se refiere.

## **CAPITULO V**

### **EDUCAR EN LA ERA MULTIMEDIA**

#### **Alfabetización digital: ¿Cómo se come eso?**

Textos, sonidos e imágenes dispersos en distintos medios se dan cita en un espacio donde predominan los ceros y unos propios del lenguaje digital que se hace común para todos.

De acuerdo con *El Programa de Información para todos*, ejecutado desde 1998 por la Unesco, uno de sus objetivos fundamentales refiere que es necesario “apoyar la formación, la educación continua y el aprendizaje a lo largo de la vida en el área de la información y la informática” (2001, p. 13).

Desde esta perspectiva, se decretó la etapa comprendida entre 2003 y 2012 como la década de la alfabetización con la intención de desarrollar una infraestructura apropiada para la preservación y el intercambio global de conocimiento por parte de los ciudadanos de todos los países.

La alfabetización digital debe ser capaz de ofrecer herramientas a los estudiantes para utilizar los procedimientos correctos al enfrentarse de manera crítica a distintos tipos de contenidos. En este contexto, de acuerdo con Gutiérrez (2003) la característica primordial de los contenidos multimedia es su estructura y su interactividad que modifica la convencional forma de aproximación lineal de los discursos verbales o audiovisuales. En contraste, prevalecen las estructuras ramificadas que facilitan los recorridos alternativos, típicos de la estructura red.

Un primer nivel de alfabetización consistiría en construir significados a partir de las nuevas tecnologías y las nuevas formas de comunicarse a través de ellas. La clave de esta propuesta consiste en integrar alfabetizaciones previas como la verbal y audiovisual, para generar una nueva interpretación de la realidad que da cabida a la interactividad.

Entre los objetivos inmediatos de la alfabetización digital encontramos que, según Gutiérrez (2003) deben proporcionar:

- Conocimiento y uso de los dispositivos y técnicas más frecuentes de procesamiento y digitalización de la información.
- Manejo de los lenguajes que conforman los contenidos multimedia y su capacidad para integrarse e interactuar.
- La valoración social y cultural de las nuevas tecnologías multimedia.
- Herramientas que favorezcan la emisión responsable y recepción crítica de contenidos.

Los anteriores objetivos son un punto de partida para elaborar una propuesta de alfabetización digital, aunque se advierte que los mismos se pueden modificar en función de las nuevas necesidades. En concordancia con esto, Luke (1997) asegura que los requisitos para alfabetizar cambian y seguirán cambiando a medida que se incorporen nuevas tecnologías a nuestra cotidianidad. Al respecto, reflexiona sobre el rol de los educadores en este proceso:

*Si los educadores no toman la iniciativa para desarrollar una metodología adecuada de incorporación de estos nuevos medios electrónicos y formas de comunicar a la educación, serán los expertos en informática y diseñadores de software quienes decidan como aprenderá la gente, qué aprenderán y qué constituye la alfabetización (p. 18).*

Asimismo esta autora incorpora tres supuestos que considera fundamentales para dar cumplimiento al cuarto objetivo de la alfabetización digital definido por Gutiérrez en párrafos anteriores. En primer lugar, parte de un metac conocimiento que



condiciona, modifica e influye en la recepción informativa. En segundo orden, resulta necesario el dominio de herramientas técnicas y analíticas para darle forma en diferentes contextos a los significados. Por último, tener presente la existencia de los grupos de poder y sus intereses en juego, que condicionan el desigual acceso de los grupos sociales a las posibilidades alfabetizadoras.

En esta última idea desarrollada por Luke, destaca la necesidad de ser consecuente con el discurso alfabetizador y en ningún caso promover el aprendizaje sobre la base de software propietario como Office, Internet Explorer y Windows todos pertenecientes a la trasnacional Microsoft, a todas luces una empresa monopólica que ha visto el surgimiento del Software Libre: Open Office, Firefox y Linux, entre otros, como una respuesta por parte de la comunidad de programadores en red.

En consideración a lo antes expuesto se plantea el desarrollo de una propuesta de alfabetización digital crítico-reflexiva que haga énfasis en la construcción de mensajes multimedia por encima del manejo y preparación instrumental, a la vez que el proceso de aprendizaje no esté comprometido con el manejo de un software en particular, más bien que se generen las competencias para utilizar cualquier medio que se considere necesario.

### **Los medios presentes en el aula**

Los cambios provocados por la irrupción de las tecnologías no se han limitado al ejercicio periodístico exclusivamente. De hecho, casi todos los aspectos de la cotidianidad han sido intervenidos por la virtualidad, y por supuesto, la educación no se ha escapado a este fenómeno

Tanto se ha modificado la manera de comunicarse en el siglo XXI que en marzo de 2009, el sitio web de la BBC reveló la existencia de una propuesta de

reforma al programa de estudios de la escuela primaria de Gran Bretaña que plantea la incorporación de Twitter y blogs a la educación formal.

Una evidente muestra de la influencia generada por estas plataformas en el ámbito educativo quedó demostrada en el estudio realizado durante 2004, de acuerdo con Wild y Sigurdarson (2008), que determinó que 57,5% de los autores de blogs formaban parte de la población estudiantil de nivel secundario y terciario.

Es claro que el uso de Internet con fines educativos ha conquistado espacios en la red y, más importante aún, le quedan muchos más por colonizar. Tal y como lo predijo Mc Luhan, en los años 70, los medios son una extensión del cuerpo, mente o ser. En el presente caso, los medios digitales incorporados a las aulas de clases se transforman en apéndices de la plataforma educativa.

Nuevas formas, herramientas, metodologías han sido instrumentadas dentro de los ambientes educativos, pues la Sociedad de la Información y la Comunicación le ha atribuido, según Covi, una “enorme importancia a los sistemas educativos” (2006, p. 44).

En la actualidad existen múltiples herramientas apropiadas para su incorporación a los entornos académicos que pueden ser atribuidas al nacimiento de la web 2.0. De acuerdo con Cabero y Román (2006) los profesores “están dirigiendo estrategias metodológicas específicas, tanto individuales como colaborativas, que pretenden que las acciones formativas en red no se conviertan en la simple descarga de archivos” (p. 9).

Un ejemplo de la escritura colaborativa es la creación de conceptos de forma grupal que se produce en las plataformas wikis, caracterizadas por la flexibilidad en el desarrollo de investigaciones que simplifican de manera notable el acceso e intercambio de insumos entre profesores-académicos-estudiantes, tal como si fuese una biblioteca o un laboratorio de libre acceso. Esta filosofía ha permitido el

surgimiento del software libre, disponible para que todos los usuarios ejecuten, copien, distribuyan, estudien y modifiquen.

Las herramientas citadas anteriormente, cumplen con los postulados de Steven Johnson, tomados de Cobo y Pardo (2007), quien establece que el conocimiento se genera bajo un esquema de negociación continua, de acuerdo a las siguientes tipologías de aprendizaje: aprender haciendo, aprender usando, aprender interactuando y aprender buscando.

Dentro de este mismo enfoque teórico y en referencia a la colaboración señala Salinas que este tipo de prácticas educativas “tiene el potencial de producir ganancias de aprendizaje superiores al aprendizaje aislado” (2003, p. 15).

Por su parte, Valderrama asegura que existe una valorización social del mundo de la comunicación, anclada a los avances de las TIC's, y una depreciación de la educación tradicional. Ante tal panorama surge la tesis que aproxima dos campos del conocimiento: educación y comunicación, a través del uso de las referidas tecnologías con la intención de tornar eficiente y legitimar la educación ante la sociedad contemporánea (2000, p. 32). Es así como de forma paulatina, la educación se ha reconocido inmigrante y ha comenzado a transitar el camino de lo digital.

Precisamente esta convergencia manifiesta en las aulas de clase es definida por Gustavo Hernández Díaz como Educomunicación:

*un campo del saber de carácter inter-pluridisciplinario en virtud de que es subsidiaria de la ciencia de la educación y la comunicación. Una de las funciones primordiales de este enfoque pedagógico consiste en proveer de sustento teórico-metodológico a la educación formal y no sistematizada así como a todas aquellas modalidades de enseñanza que utilizan la tecnología para fines educativos o que centran su objeto de estudio en los medios (es el caso de la educación en medios) o en las mediaciones (metodología aún en cierne que describiremos en este trabajo) (2006, p. 34).*

Dentro de esta concepción de la Educomunicación se insertan todas aquellas propuestas que tienen por finalidad capacitar a los educandos en métodos que contemplan la interpretación activa y crítica de los medios de comunicación.

Es así como simultáneamente al desarrollo de nuevas tecnologías junto a la expansión y consolidación de las redes sociales en Internet, la academia debe acercarse cada vez más a las nuevas maneras de comunicarse con sus interlocutores en las dinámicas establecidas en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Por supuesto que, esta aproximación debe propiciar un encuentro crítico de los estudiantes con el medio en cuestión.

Precisamente uno de los teóricos que reflexiona ante este punto es el uruguayo Mario Kaplún, en *Una Pedagogía de la Comunicación* (1998), que se incluye dentro de los postulados teóricos que dan sustento a la presente investigación. En vista de que estos aportes pueden ayudar a dar forma a la estrategia pedagógica que promueva la educación con respecto a los medios de comunicación, sobre la base de los siguientes principios: actitud crítica, rechazo al modelo bancario educativo, promover la problematización del conocimiento, libertad de creación y aprendizaje por acción, reflexión, acción.

Cinco características ampliamente abordadas por Kaplún quien se refiere a la actitud crítica como la capacidad de promover en los estudiantes el descubrimiento de las operaciones habilitadas por los medios para realizar las mediaciones comunicacionales. Este autor toma la metáfora de Pablo Freire sobre el modelo educativo bancario y plantea la necesidad de superar la percepción de los estudiantes como simples receptáculos de conocimientos (1998).

Al rechazo del modelo bancario le surge la propuesta del modelo acción, reflexión, acción que plantea la educación como “un proceso permanente, en que el

sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento” (1998, p. 50). Kaplún asegura caracteriza este modelo como centrado en el educando, grupal, cooperativo, creativo y no dogmático.

De hecho este autor se plantea la relación educador-educando desde la problematización del conocimiento. A su juicio, toda información debe ir precedida por una discusión que propicie el análisis y la reflexión para evitar la simple transferencia de conocimientos.

En el caso que compete a la presente investigación resulta indispensable seguir los preceptos de la interdisciplina educomunicacional por dos razones fundamentales. La primera de ellas el contexto de su aplicación, que es la Escuela de Comunicación Social, un recinto educativo dedicado a la enseñanza de los medios. La segunda, ocurre dentro del aula de clases y es que el medio se transforma en un laboratorio de aprendizaje entre los actores involucrados profesores y alumnos, todos comunicadores o aspirantes a serlo.

Es entonces cuando surge la interrogante sobre el destino de nativos e inmigrantes dentro del aula de clases. No se trata de profesores enseñando a navegar en Internet a los alumnos, pues en todo caso los educadores necesitan “conocer y estudiar en profundidad a los estudiantes para poder renovar las estrategias de enseñanza y aprendizaje y conseguir calidad en la formación de las nuevas generaciones” (Henríquez, 2009, p. 15).

En concordancia con lo anterior y para dar cumplimiento a uno de los objetivos específicos del presente Trabajo Especial de Grado, se caracterizará a los estudiantes de Informática de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y con los resultados de este proceso se propondrán las bases para un programa de Informática que cumpla con los preceptos aquí planteados.

## **CAPITULO VI**

### **APRENDIENDO DE LOS NATIVOS DIGITALES**

#### **Diseño de la investigación**

Para concretar la presente propuesta de alfabetización digital es necesario realizar el diseño de la investigación que sentará las bases de la misma y permitirá elaborar un diagnóstico concienzudo de los estudiantes-nativos de la ECS-UCV.

Altuve y Rivas (1998) aseguran que este diseño sigue una “estrategia general que adopta el investigador como forma de abordar un problema determinado, que permite identificar los pasos que deben seguir para efectuar su estudio” (p. 231).

De acuerdo con este planteamiento, se desarrolla el plan de acción a seguir durante la ejecución del presente Trabajo Especial de Grado, que tal y como se indicó en el marco metodológico de la presente investigación se realiza bajo la modalidad de proyecto factible.

Las etapas de la investigación se sintetizan de la siguiente forma: Delimitación del problema de estudio, revisión teórica, elaboración de instrumento, aplicación de instrumento, análisis de datos y elaboración de informe y conclusiones.

Es este capítulo de la presente investigación se hará énfasis en la etapa de elaboración y aplicación del instrumento, consideradas necesarias para dar cumplimiento al objetivo que pretende caracterizar la relación existente entre las TIC y los estudiantes de Comunicación Social de la UCV, definido previamente en el capítulo uno.

Para dar cumplimiento a lo anterior, deben establecerse criterios organizados de los datos necesarios para la investigación que permitirá elaborar, valorar y diseñar

una encuesta que será suministrada a los estudiantes de Informática de la ECS-UCV y su aplicación posterior permitirá acercarse a la realidad a través de la recolección de datos.

### ***Diagnóstico***

Durante el desarrollo de esta investigación se realizó un Diagnóstico previo que de acuerdo con la UPEL (2010) consiste en establecer un estudio de situación y en desarrollar los objetivos del estudio. En este caso consiste en caracterizar a los estudiantes de informática de la ECS-UCV y su relación con internet, sus expectativas sobre la asignatura y sobre su futuro ejercicio como periodistas digitales.

### ***Población***

Para elaborar la encuesta, fue necesario definir la población previamente, tal y como asegura Tamayo (1998) es “la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 114).

De acuerdo con las cifras manejadas por la coordinación académica de la ECS-UCV, existen 80 estudiantes de Informática durante el semestre 2-2010. No obstante, la población a la que se le suministrará el instrumento en cuestión se limitará a las secciones “f” y “g” que suman en total 17 alumnos. Esta selección se corresponde con la totalidad de la muestra a estudiar, pues son los cursos en los que el investigador del presente Trabajo Especial de Grado funge como docente.

### ***Técnicas e instrumentos de recolección de información***

En vista de la importancia que representa esta fase para la investigación, se tomo en cuenta lo planteado por Tejada (1998) se deben considerar las siguientes variables:

- Dónde, cuándo y cómo se obtuvo la información: En el laboratorio de informática de la ECS-UCV, el primer día de clases, a través del correo electrónico.

- Quién obtuvo los datos: el investigador que, en este caso, también funge como el profesor de la asignatura informática.
- Con qué instrumento recogemos la información: a través de la encuesta siguiendo la premisa que explica Sabino, “si queremos conocer algo sobre el comportamiento de las personas, lo mejor, lo más directo y simple, es preguntárselo directamente” (1986, p. 101).

Al respecto se utilizará la técnica de la encuesta, bajo la modalidad de cuestionario como instrumento de registro en el que se pretende obtener información sobre las variables que serán objeto de análisis. Para dicha recogida se diseñó un cuestionario a partir de los realizados por Henríquez (2001).

Un instrumento que contiene 22 variables dirigidos a los estudiantes de Informática de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, cuya aplicación es sencilla e implica bajos costos económicos y se adapta a las posibilidades del investigador. Ver anexo N° 1.

### ***Presentación y análisis de la información***

Una vez aplicado el instrumento se procedió a la presentación de los resultados a través de un análisis de los datos que de acuerdo con la UNA (1990) se pueden transformar en gráficos para realizar una interpretación pertinente de cada uno de los variables recogidos en el cuestionario.

La encuesta consta de 22 variables que versan sobre: Datos personales, frecuencia de uso de Internet, actitud hacia Internet, expectativas sobre su uso y sobre el futuro desempeño profesional y percepción del pensum de estudio.

El referido cuestionario fue validado a través del juicio de expertos en el área de Tecnología, Educación y Comunicación Social. A partir de sus observaciones y



aportes realizados sobre la primera versión del instrumento se concretó el cuestionario final.

Una vez conocido el instrumento que permitirá caracterizar a los nativos digitales que forman parte de las secciones “f” y “g” de Informática, se procederá a definir la metodología a implementar para la elaboración del plan de aprendizaje, tal y como definió Taba (1991), en su obra *Elaboración del currículo: teoría y práctica* que propone desarrollar en el alumno “destrezas generales que los capaciten para adquirir nuevos contenidos, a la vez que se preparen en recuperar y recolectar información que les permita resolver problemas”.

### **El plan de aprendizaje**

#### ***Diseño metodológico de la propuesta***

En el estudio denominado *La generación de competencias tecnológicas en la formación de comunicadores sociales* por Velandria y Villalobos (2008) destacan tres puntos esenciales para el desarrollo de la práctica curricular: el perfil del estudiante de educación superior, el uso de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC), y la formación del docente universitario.

Tres elementos que, en ocasiones, tal y como lo refiere Fuentes (1991) en su libro *El Diseño Curricular en las Escuela de Comunicación Social* quedan supeditados a los mandatos del mercado laboral. Este autor asegura que existe un profundo distanciamiento de las necesidades sociales que promovieron el surgimiento de la profesión de comunicador y exhorta a reflexionar sobre la articulación de la carrera con las necesidades actuales. El reto de las universidades es diseñar estrategias para promover una formación adecuada que sea independiente de los recursos tecnológicos que se manejen.

A juicio de Velandria y Villalobos “las TIC abren un horizonte de comprensión en la comunicación, la sociedad y la cultura mediante la interactividad

digital, en la medida en que los usuarios adapten sus estructuras de acción a las posibilidades insertas en el desarrollo” (2008, p. 107).

De hecho en el *Documento Nacional* de la Comisión Nacional de Currículo titulado Necesidades Innovadoras de las Instituciones de Educación Superior (IES) se insta a las universidades venezolanas a adaptarse a los requerimientos de la sociedad. La referida comisión reconoce las “nuevas e inmensas posibilidades de creación de nuevas formas de aprendizaje, es el generado por las Tecnologías de la comunicación y la información (TIC), pues estas se constituyen en otro factor de cambio en las concepciones y prácticas curriculares” (2007, p. 17).

Respecto al uso de las TIC, en este mismo estudio la Comisión Nacional del Currículo (CNC), asesora del Núcleo de Vicerrectores Académicos (NVRA) que aglutina a 52 de las universidades venezolanas, considera que es necesaria la implementación de estrategias que promuevan el autoaprendizaje, mediante programas de estudio más flexibles.

Son precisamente las nuevas formas de aprender aquellas que plantean las TIC dentro del aula, de acuerdo con Velandría y Villalobos, pues consideran que estas tecnologías promueven la participación del estudiante y los instan a ser críticos y a construir su propio conocimiento (1998).

Precisamente en un contexto caracterizado por la abundancia informativa y la saturación de contenidos noticiosos, tal y como asegura Peralta (2010), se hace necesario que dentro del proceso de aprendizaje se garantice una respuesta capaz de “recopilar, organizar, domesticar y potenciar el uso de la cuantiosa información y conocimiento generados por las TIC. Pero el comunicador social de estos tiempos enfrenta otro reto: además debe formarse en el manejo de estos contenidos para comunicarlos a otros” (ibid, p.98).

La propuesta curricular que se pretende alcanzar con el presente Trabajo Especial de Grado se sustentará sobre la base de las anteriores recomendaciones emitidas por la CNC, el NVRA y el estudio elaborado por Velandria y Villalobos. No obstante, en lo que respecta a la parte metodológica se tomará el *Manual para Diseño de Proyectos de Creación, Ampliación y Modificación de la Oferta Académica en Educación Superior* elaborado en Junio de 2005 por el Ministerio de Educación Superior (MES) de Venezuela.

El referido documento tiene como objetivo “establecer los criterios y componentes del diseño curricular que deben considerarse para la creación y modificación de programas conducentes a grado en educación superior” (2005, p.1). En el manual se establecen criterios para definir los programas de estudios de cada unidad curricular, parámetros de asignación de las unidades de crédito, modalidad, régimen de estudio y duración de los períodos de estudio. Todos indicadores que serán tomados en cuenta para construir la presente propuesta educomunicativa.

Con respecto al primer elemento nombrado anteriormente, la definición de los programas de estudios sinópticos de cada unidad curricular, el manual establece lo siguiente:

- Sinopsis de la unidad curricular: definición, utilidad, prelaciones.
- Competencias u objetivos generales.
- Contenidos (conceptuales, procedimentales y actitudinales).
- Estrategias para aprendizaje y enseñanza (métodos, técnicas y recursos).
- Estrategias de evaluación.

Esta propuesta del MES coincide con el modelo técnico propuesto por Hilda Taba (1991), en el que se deriva una matriz curricular compuesta por: diagnóstico de necesidades, formulación de objetivos, selección y organización de contenido, selección y organización de experiencias de aprendizaje y determinación de la

evaluación. Cinco elementos que referenciarán el esquema con el que se diseñará la propuesta alfabetizadora que motiva al presente Trabajo Especial de Grado.

Sobre la duración de los períodos de estudios el manual elaborado por el MES establece que para el régimen semestral debe tener como mínimo 16 semanas académicas, sin incluir el lapso dispuesto para inscripciones y evaluaciones. Una semana para cada proceso (2005).

En relación a la carga crediticia, el citado documento establece que la unidad de crédito equivale a una hora de clase teórica a la semana, dos horas de clase teórico-prácticas y entre dos a cuatro horas de trabajos prácticos o de laboratorio (íbid).

Adicionalmente, para darle forma al contenido programático de la unidad curricular que competen a la presente investigación, es decir, la asignatura Informática que se imparte en la ECS de la UCV, se considera pertinente revisar el planteamiento de Galeano (2004) en su trabajo *El Diseño de Guiones Curriculares para la Educación Virtual* donde plantea el enfoque curricular basado en lo crítico-social y la tendencia investigativa.

Desde la perspectiva de Galeano este enfoque promueve la búsqueda constante de respuestas e invita a los alumnos a la reflexión en un ambiente educativo propicio para incorporar con intención el uso de modernas tecnologías (íbid).

De acuerdo con este enfoque, el esquema planteado para la formulación curricular es el siguiente: “Identificación de la organización educativa, diagnóstico, tema específico, referentes teóricos, referentes conceptuales, diseño metodológico, definición de la metodología en sus categorías y criterios de análisis, análisis: acción de la metodología en el objeto y sujeto, interpretación, síntesis y alternativas de solución al problema, evaluación y recursos”.

Esta propuesta teórica a pesar de mantener algunas coincidencias con el modelo planteado por Taba, incorpora la visión de Galeano (2004) quien amplía el alcance de la autora y atiende el desarrollo integral del individuo, sus requerimientos sociales, necesidades y problemas de contexto, sin conformarse con los procedimientos para el diseño de contenidos. Esta visión a juicio del autor del presente Trabajo Especial de Grado se acerca más a la filosofía de la propuesta alfabetizadora, no obstante, el enfoque planteado en el libro *Elaboración del currículo: teoría y práctica* facilita la comprensión metodológica de diseño curricular que se pretende definir, por lo tanto, se trabajará bajo un enfoque mixto en el converjan ambas corrientes.

En este sentido y luego de revisar el estado del arte de elementos considerados transversales a esta investigación tales como la educomunicación, la alfabetización digital y el diseño curricular se desarrolla a continuación la propuesta que pretende contribuir con la actualización de la asignatura Informática dictada en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

## CAPITULO VII

### LA PROPUESTA: CREACIÓN MULTIMEDIA

#### Medios a la obra

Tal y como quedó establecido en los objetivos específicos de la presente investigación, la Educación para los Medios será el eje transversal de la propuesta que se desarrollará para la asignatura Informática dictada en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Para ello, tomaremos la definición de alfabetización digital presentada por Gutiérrez:

*Se atiende más a la dimensión crítico-reflexiva, centrada en los mensajes y documentos, que a su dimensión instrumental, centrada en los dispositivos. No se trata de quitar importancia al conocimiento de la tecnología, sino de poner mayor énfasis en aquellos conocimientos a los que resulta más difícil llegar por uno mismo (2003, p. 91).*

Por lo tanto, en la propuesta en cuestión prevalecerán los contenidos que permitan desarrollar competencias para la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la construcción de un discurso multimedia analítico y reflexivo.

Para darle forma y sustento a nuestra propuesta alfabetizadora, se incorporaron insumos de cuatro elementos analizados durante esta investigación. En primer término, se contrasta el contenido programático de tres Escuelas de Comunicación Social venezolanas: Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y la Universidad Monte Ávila (UMA). En segunda instancia, se incorpora la información resultante de la caracterización de

algunos estudiantes de la UCV que cursan la asignatura informática. En tercer término, se toman en cuenta los postulados teóricos sobre Alfabetización Digital desarrollados por Gutiérrez y Luke. Finalmente, se adecua la propuesta a los planteamientos emitidos por la Comisión Nacional de Currículo (CNC) y el Ministerio de Educación Superior (MES).

### **Contraste programático: UCAB, UMA vs. UCV**

Para comparar el contenido programático en las Escuelas de Comunicación Social del país, específicamente en las asignaturas correspondientes a Informática fueron seleccionadas tres casas de estudio ubicadas en Caracas, capital de Venezuela.

Evidentemente la Universidad Central de Venezuela (UCV) por ser objeto de estudio de la presente investigación era necesario que formara parte del trío académico. En lo que respecta a la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) fue seleccionada por la experiencia obtenida en la modificación de su pensum de estudio, en el caso específico de la asignatura Informática, tal y como lo señala el libro coordinado por Rojano (2006), denominado *Diez años de Periodismo Digital en Venezuela 1996-2006*. En el caso de la Universidad Monte Ávila (UMA) fue seleccionada por ser una casa de estudios cuya trayectoria se limita al presente siglo, lo permite inferir que su oferta académica fue concebida en un contexto en el que Internet y las TIC formaban parte de lo cotidiano.

Conocidas diversas experiencias en nuestro país sobre la actualización de los contenidos de las Escuelas de Comunicación Social destacan los siguientes aspectos relativos a los objetivos esperados, los contenidos impartidos, la modalidad, el régimen de estudio, la duración de los períodos de estudio y la evaluación de la asignatura.

#### ***Relativos a los objetivos esperados***

En el caso de la UMA y la UCAB se plantean el estudio de las herramientas informáticas como un requisito necesario para alcanzar el objetivo del curso, que en todo caso es su aplicación para crear productos comunicacionales acordes a las nuevas tecnologías.

En lo que respecta a la UCV la asignatura se restringe al conocimiento sobre el computador, de acuerdo con el objetivo planteado en el programa de 1987. Lo que a juicio de Gutiérrez (2003) se limita a lo instrumental y no permite promover la reflexión alrededor al hecho educativo.

### ***Relativos a los contenidos impartidos***

La UMA y la UCAB se plantean el estudio de las herramientas informáticas como un requisito necesario para alcanzar el objetivo del curso, que en todo caso es su aplicación para crear productos comunicacionales. En lo que respecta a la UCV los contenidos guardan relación con la carrera, tan sólo en el último tema de la unidad final denominado Sistemas de Información.

En el caso Monte Ávila, los contenidos están asociados a manejos de software propietario como Office de Microsoft (Word y Power Point) y Adobe (Photoshop, Dreamweaver y Flash), metodología que se contrapone con lo establecido por Luke (1997) quien asegura que debe evitarse promover el aprendizaje sobre la base de este tipo de software.

Por su parte, la UCAB plantea objetivos basados en el dominio técnico de herramientas informáticas, por ejemplo, edición y retoque fotográfico, edición de audio y edición no lineal de video. A pesar de no estar amarrado a ningún tipo de software no destaca en el contenido programático propuesto por esta casa de estudios, líneas gruesas que permitan inferir que sobre esta práctica se realiza un análisis posterior. Lo que critica Ramírez por considerar que se promueve la forma sobre el fondo y el conocimiento del comunicador se reduce al manejo técnico (2009).



***Relativos a la modalidad, el régimen de estudio, la duración de los períodos de estudio y parámetros de asignación de las unidades de crédito***

En las tres universidades la modalidad para impartir clases es presencial. En lo que respecta al régimen de estudio la UCV y la UCAB son semestrales, mientras que la UMA es anual. Con respecto a la duración de los períodos de estudio la relación hora/semana y las unidades de crédito varía de la siguiente forma: UCAB 4 h/s 3 u.c, UCV 3 h/s 3 u.c. y UMA 2 h/s 2 u.c.

Parámetros que se adecuan en el caso de las tres casas de estudio a los estándares definidos en el *Manual para Diseño de Proyectos de Creación, Ampliación y Modificación de la Oferta Académica en Educación Superior* (2005).

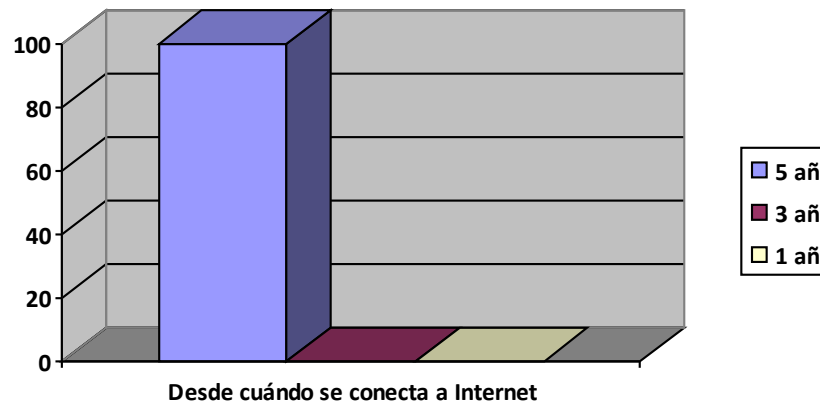
***Relativos a la evaluación de la asignatura***

La asignatura Tecnologías de la información en la UMA se evaluará de forma continua, sin examen final. De acuerdo a la siguiente escala: ejercicios periodísticos (30%), proyectos (30%), trabajo final web (30%) y participación en ejercicios prácticos, foros, ortografía, redacción (10%). Por su parte en la UCAB, a pesar de no especificar en la metodología aplicada para evaluar a los alumnos, destaca que la misma es igualmente continua. Al contrario, en el programa ucevista queda claro que la evaluación “dispondrá de dos (2) Exámenes Parciales y el Examen Final. Cada Examen Parcial representa el treinta por ciento (30%) y el Examen Final cuarenta por ciento (40%)” (1987, p.3).

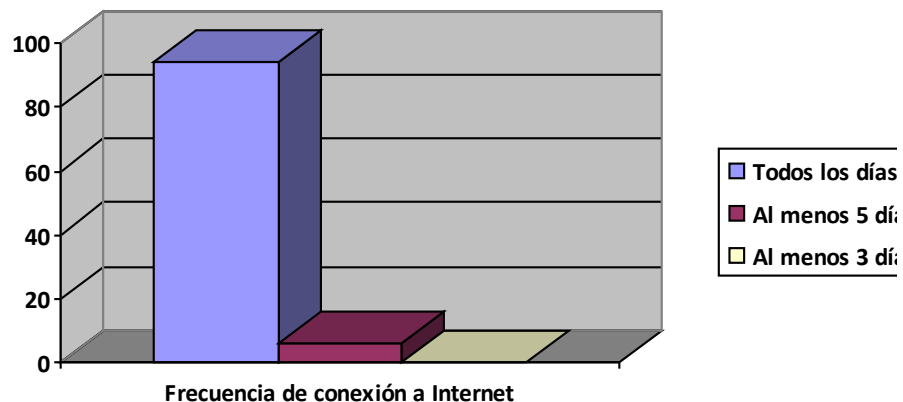
La filosofía de la evaluación continua en grupos planteada en las dos primeras casas de estudio se corresponde con la naturaleza colaborativa que predomina en las plataformas wikis y en las tecnologías 2.0, pues de acuerdo con Cobo y Pardo (2007), el conocimiento se genera bajo un esquema de negociación continua, y Salinas confirma que el aprendizaje es superior al obtenido de forma aislada (2003).

### Caracterización de los estudiantes de informática de la ECS-UCV

A la totalidad de los alumnos que cursan Informática en las secciones F y G durante el semestre 2010 de la ECS-UCV se le suministró un cuestionario a los fines de obtener información referente a tres tópicos de interés para la presente investigación: relación con Internet, expectativas sobre la asignatura y sobre su posible ejercicio futuro como periodista digital.



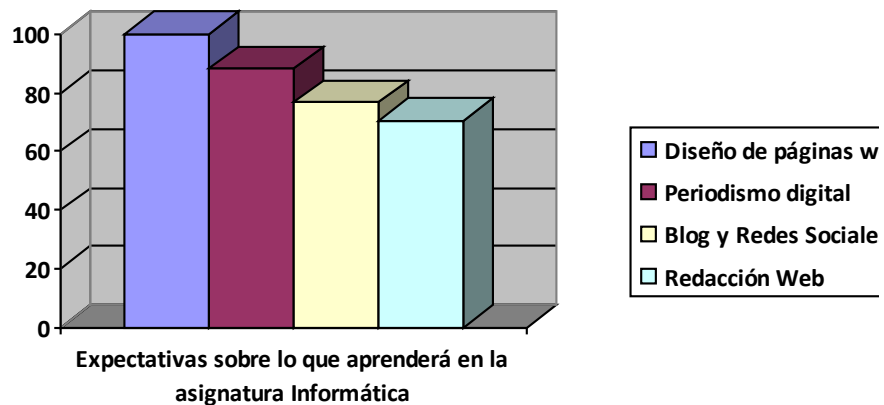
La encuesta fue suministrada durante el primer día de clases de Informática a la totalidad de los 17 alumnos inscritos: 13 mujeres y 4 hombres, con edades comprendidas entre los 19 y 28 años. El 100% de la muestra manifestó tener al menos 5 años siendo usuarios de Internet. Por otra parte, el 94,11% de los encuestados aseguró tener acceso a Internet desde su casa y, además, afirmaron que se conectan todos los días a la red.



Con respecto a las actividades más frecuentes realizadas durante el tiempo de conexión, el 100% es usuario de las redes sociales, busca información académica e intercambia correos electrónicos, por su parte el 88,23% paga servicios básicos y realiza transacciones bancarias a través de la red. De la muestra estudiada sólo el 76,47% manifestó haber necesitado ayuda, en algún momento, mientras navegaba a través de Internet.

Sobre las actividades de mayor demanda en la red (redes sociales y búsqueda de información) 94,11% de los encuestados coincidieron en que el uso de Internet ha mejorado algo sus relaciones sociales, al tiempo que el 100% consideró la plataforma como muy útil para buscar información.

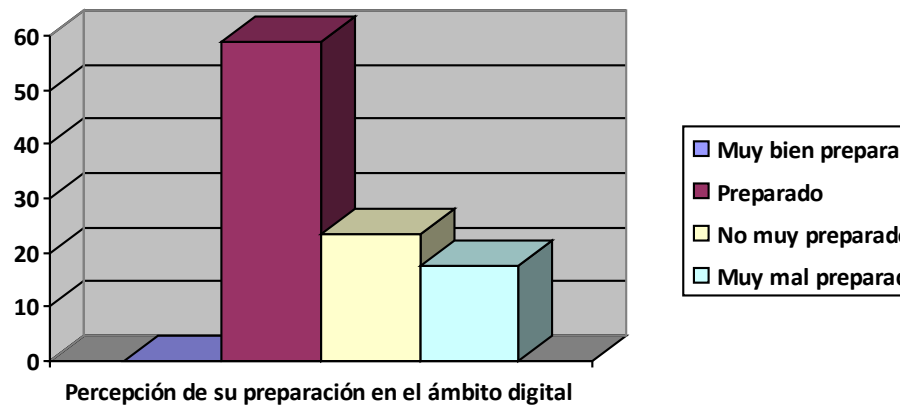
Sobre las expectativas de la asignatura, los estudiantes en su mayoría consideraron que cursar Informática les iba a proveer de conocimientos en las siguientes áreas: diseño de páginas web (100%), periodismo digital (88,23%), blog y redes sociales (76,47%), y redacción para web (70,58%).



En lo que respecta a la valoración del estudiante sobre Internet para su futuro como comunicador social, la totalidad de los encuestados lo consideran útil o muy útil. Además califican como importante o muy importante obtener las destrezas necesarias para el óptimo uso de Internet como herramienta de comunicación.

En este mismo orden de ideas, los 17 encuestados consideraron útil o muy útil la incorporación de las asignaturas relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación al pensum de estudios de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

En contraste, al consultarle a los alumnos sobre el nivel de preparación en el ámbito digital/virtual de los egresados de la ECS – UCV, las respuestas se distribuyeron de la siguiente forma: preparado (58,82%), no muy preparado (23,52%), muy mal preparado (17,64%), mientras que las opciones muy bien preparado y bien preparado no recibieron mención alguna por parte de los encuestados.



Sobre la solicitud realizada a los encuestados en sugerir algún contenido al pensum académico que actualmente cursa en la ECS UCV, el 70% de los estudiantes coincidió en incorporar asignaturas relacionadas con las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC). Lo más resaltante es que la totalidad de los alumnos considera que el pensum está desactualizado y es perentorio adecuarlo a los nuevos tiempos.

Conocida la percepción de la muestra tomada de la población estudiantil de la ECS-UCV. Es pertinente realizar la propuesta de alfabetización digital para periodistas que cursan la asignatura Informática.

### **Informática para Comunicadores**

Sobre la base de lo planteado por Hilda Taba (1991), la propuesta alfabetizadora constará de los siguientes elementos: diagnóstico de necesidades, formulación de objetivos, selección y organización de contenido, selección y organización de experiencias de aprendizaje y determinación de la evaluación

#### ***Diagnóstico de necesidades***

En esta fase se partió de la revisión bibliográfica, en cinco grandes rasgos: Evolución de Internet, el periodismo digital en Venezuela, la Educomunicación, la alfabetización digital y el diseño curricular. Adicionalmente se realizó un diagnóstico de las expectativas estudiantiles con respecto a la asignatura, luego de obtener la información resultante se responde la pregunta generadora sobre ¿Cuáles serán las necesidades actuales de los estudiantes, profesores y de la comunidad universitaria?

Sobre la base de lo consultado en la bibliografía antes mencionada y en consonancia con las respuestas obtenidas de las encuestas suministradas a los estudiantes se responde a la interrogante de la siguiente forma: Desarrollar habilidades para el uso de herramientas informáticas en el ejercicio profesional, desde una postura crítico\_reflexiva que incorpore a los medios de comunicación digital al aula de clases.

#### ***Formulación de objetivos***

Deben ser planteados en términos de los logros esperados al finalizar el programa académico y, en lo posible, debe incluirse las condiciones de ejecución y algunos criterios de evaluación (p. 102).

En esta propuesta se formulan cuatro objetivos que de acuerdo con Taba deben vincular a la academia con la sociedad donde se implementará el plan de estudio:

- Facilitar el reconocimiento de los alumnos como usuarios de Internet que les permita aproximarse desde una perspectiva crítica a los cambios ocurridos en la era de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC).
- Explorar los atributos de los medios de comunicación digital para la producción de contenidos digitales acordes con el ejercicio periodístico.
- Producir contenidos multimedia desde una visión creativa con los recursos y herramientas disponibles en la red.

En el primero de los tres objetivos destaca la revisión de los conceptos nativo e inmigrante digital, a los fines de determinar su pertinencia en los estudiantes y el profesor. Al tiempo que se revisa la teoría sobre los cambios ocurridos en la SIC y las implicaciones que la brecha digital ha ejercido sobre la sociedad venezolana.

El segundo objetivo sirve como introducción al ciberperiodismo, pues permite a los integrantes del curso contrastar entre el ejercicio tradicional y el digital, los cambios en el ciclo informativo y la redacción no lineal con la intención de brindarles herramientas a los estudiantes para que reconozcan los elementos que caracterizan al soporte electrónico.

En lo que respecta al tercer objetivo se concentra en la reinterpretación de los géneros periodísticos en soportes electrónicos y producción de contenidos para medios digitales, mediante el manejo de aplicaciones informáticas que permitan desarrollar el potencial creativo de los estudiantes.

***Selección y organización de contenido***

Los criterios utilizados para la selección de contenidos deben tener en cuenta las materias que nutren el área curricular, las necesidades del alumnado, el medio social y el grado de conocimiento de los estudiantes de acuerdo con lo planteado por Valls (1995).

Según este mismo autor las unidades del curso deben asociarse a los objetivos de la asignatura para fortalecer la formación de los estudiantes en su ejercicio como comunicadores sociales.

De igual forma se requiere que los estudiantes posean conocimientos previos sobre teoría de la comunicación, redacción y género periodístico, necesarios para la concepción crítica de los medios y la reinterpretación de noticia, entrevista, crónica y reportaje.

Con respecto a las necesidades de los estudiantes, se determinó que su mayor inquietud, lejos de girar en torno al manejo de un software específico, se concentra en la obtención de conocimientos para ejercer en un campo que hasta el momento es desconocido académicamente: el digital.

A continuación presentamos la selección y organización de los contenidos de la nueva Informática de la ECS-UCV:

Objetivo: Reconocimiento como usuarios de Internet en la era de la SIC.

Unidad I: Las consecuencias de lo digital en la SIC.

Nativos vs. Inmigrantes (semana 1)

- Globalización y/o localización.
- Cambio políticos, económicos y sociales promovidos por la SIC.
- Cambio de Hábito: La lectura en pantalla.

#### Brecha digital (semana 2)

- Acceso denegado: diferencias entre países y entre individuos.
- Calidad de conexiones en un mundo interconectado.
- La importancia de la formación para superar la cerrar la brecha.

#### Cambios en la Comunicación Social: medios, masas y mensajes (semana 3/4)

- Emergencia de un nuevo soporte para la comunicación: Internet.
- La web evoluciona. Los medios también.
- Las audiencias se rebelan y los contenidos se multiplican.
- Abundancia informativa. Ventajas y desventajas de la difusión de noticias a través de Internet.

#### Unidad II: El periodismo digital

##### La llegada del periodismo digital. Características. (semana 5)

- El ciclo interminable de información: 24h/365d
- Nuevas competencias y nuevos retos para el ejercicio profesional.
- El periodista digital vs. El periodista tradicional.

##### Estructura y contenido de la información digital (semana 6/9)

- Tiempo y espacio en Internet.
- Los géneros periodísticos y su reinterpretación digital.
- Redacción para medios digitales.
- Sonido e imagen en la información digital.
- El producto multimedia y la convergencia.

#### Unidad III: Desarrollo de piezas comunicacionales (semana 10)

- Producción y edición de la imagen fija.
- Producción y edición de audio.
- Producción y edición de la imagen en movimiento.



***Selección de experiencias de aprendizaje y metodología de evaluación***

El método para desarrollar estas experiencias se basan en los estudios definidos por Cabero y Román (2006) sobre aprendizaje colaborativo, que promueve “habilidades comunicativas, relaciones recíprocas y responsabilidad individual en el logro del éxito grupal” (p. 186). Es preciso destacar que la presente propuesta se estructura sobre la base de los métodos colaborativos descritos por estos autores:

Semana 1 Autorretrato digital.

Objetivo: Reconocer a los usuarios de Internet y a los cambios en la SIC.

Diseño de la actividad: Cada alumno debe autodefinirse digitalmente.

Herramienta: Blog.

Evaluación: Primera publicación en blog que es leída en el aula de clase.

Semana 2 Brecha digital.

Objetivo: Reconocer a los usuarios de Internet y a los cambios en la SIC.

Diseño de la actividad: Aplicar el concepto de brecha digital en el contexto.

Herramienta: Blog.

Evaluación: Segunda publicación en blog que es leída en el aula de clase.

Semana 3 Medios inmigrantes.

Objetivo: Reconocer a los usuarios de Internet y a los cambios en la SIC.

Diseño de la actividad: Análisis de medios impresos en la web.

Herramienta: Página web.

Evaluación: Debate en clase.

Semana 4 Contenido autogenerado.

Objetivo: Reconocer a los usuarios de Internet y a los cambios en la SIC.

Diseño de la actividad: Examen colaborativo.

Herramienta: Google Docs.

Evaluación: Alumnos deben interactuar para resolver examen en línea.

Semana 5 Introducción al Periodismo Digital.

Objetivo: Reconocer a los usuarios de Internet y a los cambios en la SIC.

Diseño de la actividad: Guerra de Navegadores.

Herramienta: Navegadores web.

Evaluación: Dinámica de concurso en clases sobre la base del debate.

Semana 6 Titulación para la web.

Objetivo: Producción de contenidos digitales periodísticos.

Diseño de la actividad: Analizar contenidos de medios impresos en la web.

Herramienta: Página web.

Evaluación: Debate en clase.

Semana 7 Redacción para la web.

Objetivo: Producción de contenidos digitales periodísticos.

Diseño de la actividad: Redacción multilineal

Herramienta: Blog.

Evaluación: Redactar una historia circular vinculada a través de hipertexto.

Semana 8 Imágenes en Internet.

Objetivo: Producción de contenidos digitales periodísticos.

Diseño de la actividad: Impacto visual en la información periodística.

Herramienta: Blog, teléfono móvil, software de edición de imágenes.

Evaluación: Publicar foto noticia.

Semana 9 La entrevista digital.

Objetivo: Incorporar recursos multimedia a la producción del medio digital.

Diseño de la actividad: Entrevista intergrupar.

Herramienta: Blog, grabador, software de edición de audio.

Evaluación: Realizar entrevista.

Semana 10 El sonido en la producción periodística.

Objetivo: Incorporar recursos multimedia a la producción del medio digital.

Diseño de la actividad: Entrevista intergrupar.

Herramienta: Blog, grabador, software de edición de audio.

Evaluación: Publicar audio entrevista.

Semana 11 El reportaje multimedia.

Objetivo: Incorporar recursos multimedia a la producción del medio digital.

Diseño de la actividad: Diferencias entre reportajes tradicional vs. digital.

Herramienta: Blog, videograbador, software de edición de video.

Evaluación: Selección y planificación de temas.

Semana 12 El video en la producción periodística

Objetivo: Incorporar recursos multimedia a la producción del medio digital.

Diseño de la actividad: Entrevista intergrupar.

Herramienta: Blog, videograbador, software de edición de video.

Evaluación: Revisión de reportaje.

Semana 13 El video en la producción periodística

Objetivo: Incorporar recursos multimedia a la producción del medio digital.

Diseño de la actividad: Entrevista intergrupar.

Herramienta: Blog, videograbador, software de edición de video.

Evaluación: Publicar reportaje multimedia.

De acuerdo con Cabero y Román, es necesario relacionar los objetivos de aprendizaje con actividades que promuevan el aprendizaje cooperativo gracias a la comunicación entre usuarios y al debate que se desprende de la enseñanza en grupos de trabajo. Un esquema que insertó en la propuesta alfabetizadora que se estructura sobre la base de los planteamientos curriculares definidos por Taba (1991).

Sobre la bibliografía recomendada para este curso, se sugiere trabajar con textos digitales disponibles en la red, a los fines de ser consecuentes con el discurso educomunicativo que se pretende promover con esta propuesta alfabetizadora.

Para ello, se incorporan al curso autores que han desarrollado literatura digital, como Marc Prensky (2001) *Digital Natives, Digital Immigrants*, Nicolás Negroponte (1995) *Ser digital*, Ernesto Van Perborgh (2007) *Sostenibilidad 2.0*, Leandro Zandoni (2008) *El Imperio Digital*, Fogel y Patiño (2007) *La Prensa sin Gutenberg*, Guillermo Franco (2007) *Cómo escribir para la web* y Mark Briggs (2007) *Periodismo 2.0*.

La presente propuesta educomunicativa espera ser de utilidad para impulsar posibles cambios no sólo en la asignatura Informática del pensum vigente de la ECS-UCV, sino en todas las asignaturas en las que la comunidad universitaria lo considere pertinente a la luz de las modificaciones impulsadas por los nuevos paradigmas de la Comunicación Social.

## **CONCLUSIONES**

Los acelerados cambios ocurridos en la comunicación a raíz de la llegada de las nuevas tecnologías, han generado grandes distancias entre la academia latinoamericana, entre ellas la venezolana, y el ejercicio periodístico. Debido a este panorama la mayoría de las Escuelas de Comunicación Social del país han emprendido, de forma tardía, actualizaciones curriculares para reducir la brecha que representa la formación analógica ante el ejercicio profesional digital.

En este sentido, surgió el interés por desarrollar lineamientos para la elaboración de una propuesta educativa y comunicacional sobre la base de los principios teóricos de la educación para los medios, que propone un acercamiento crítico-reflexivo hacia las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los ambientes académicos.

Al respecto, se considera necesario que dentro del aula se privilegie el análisis por encima del proceso instrumental, a los fines de generar conocimiento bajo un esquema de negociación continua, de acuerdo a las siguientes tipologías de aprendizaje: aprender haciendo; aprender usando; aprender interactuando y aprender buscando. Todos con la firme intención de estimular la participación activa del alumno junto al profesor en la relación enseñanza-aprendizaje. Es precisamente el replanteamiento de esa dinámica comunicacional lo que permitirá a la academia promover el diálogo entre sus interlocutores, tal y como las nuevas tecnologías estimulan la conversación 2.0 en las redes sociales de Internet.

Con respecto a la revisión de contenidos de la asignatura Informática dictada en la ECS-UCV con programas similares de distintas casas de estudio del país, se constató que varias Escuelas de Comunicación Social a finales del siglo pasado emprendieron un proceso de actualización académica.

En todos los cambios de pensum revisados se encontró que la tecnología ha ocupado un importante espacio en el debate reformista. La razón fundamental son las múltiples modificaciones que su uso ha incorporado a la praxis comunicacional.

El factor común de los programas de estudio revisados pone el acento en la creación de sitios en Internet, lo que a nuestro juicio es necesario más no suficiente, pues previo a la creación de un proyecto comunicacional web, se deben concretar dos aspectos fundamentales. En primera instancia, se deben sentar las bases para permitir a los estudiantes comprender la lógica que orienta estas plataformas y, en una fase posterior, reinterpretar los géneros periodísticos de acuerdo con el soporte digital.

Otro elemento a considerar en la presente propuesta educomunicativa fue la selección del software informático que sería utilizado en las actividades académicas, pues en los pensa revisados se constató que predomina el uso de programas con licencia tales como Microsoft Office y Adobe, lo que contradice la filosofía del aprendizaje por colaboración que sustenta esta propuesta, por tanto, es perentorio incorporar únicamente herramientas concebidas bajo la modalidad de software libre.

Entre los objetivos planteados en esta investigación también se caracterizó la relación existente entre Internet y parte de los estudiantes de Comunicación Social de Informática de la UCV, a los fines de tener información relevante para la concreción de la presente propuesta.

Estos estudiantes revelaron una valoración positiva de lo tecnológico y aseguraron ser usuarios frecuentes de Internet, desde al menos 5 años. Los alumnos encuestados también consideraron útil la incorporación de las asignaturas relacionadas con las TIC a su formación académica, al tiempo que manifestaron su inquietud por obtener conocimientos en diseño de páginas web, periodismo digital y redacción para web.

Todas las inquietudes planteadas por los futuros profesionales, demuestran la necesidad de satisfacer un ejercicio profesional incipiente que evidencia los cambios ocurridos en la comunicación desde finales del siglo pasado: la radio anuncia, la televisión muestra y la prensa profundiza, converge en tan solo una tecla que, con la etiqueta disponible en Internet, facilita el acceso a la información valiéndose de recursos multimediales.

Esas innovaciones aún no se reflejan por completo en los programa de estudios de la mayoría de las universidades venezolanas, entre ellas la UCV. Por lo que se sugiere impulsar transformaciones desde los salones de clases para promover un laboratorio de aprendizaje consecuente con el discurso digital y las significaciones, valores y mediaciones entre sujetos, tal cual ocurre en el ciberespacio.

Finalmente, se espera haber alcanzado una propuesta académica que sirva de referencia para ello y abra el camino a la actualización de todos los contenidos de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, que redunde en beneficios concretos para el ejercicio periodístico, la comunidad universitaria y la sociedad en general.

## **RECOMENDACIONES**

### **Para la ECS-UCV - academia**

Se sugiere al Consejo de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, promover mecanismos de actualización permanente del pensum de estudio a los fines de mejorar la percepción de la comunidad ucevista sobre la desactualización de los contenidos programáticos de acuerdo al pensum vigente desde 1987.

También se propone la incorporación de contenidos relacionados con las TIC en las asignaturas que por su naturaleza se vean impactadas por las innovaciones que conllevan las nuevas formas de comunicación. En todo caso, una visión transversal permitiría una actualización integral de los contenidos impartidos.

Asimismo y en virtud de fortalecer la identidad de la escuela se recomienda promover la interacción de la academia con sus interlocutores alrededor del portal web de la ECS, para fomentar el sentido de pertenencia, la participación y la construcción de espacios horizontales propicios para el diálogo.

Igualmente se recomienda fortalecer la dotación de equipos de computación y facilitar el acceso a conexiones inalámbricas gratuitas en las instalaciones de la ECS.

### **Para los inmigrantes digitales – docentes**

Incorporar a los medios de comunicación al aula, en especial, a los medios digitales como una herramienta más para estimular la participación en la dinámica enseñanza-aprendizaje, así como considerar el soporte digital como un mecanismo amplificador del espacio académico desde una perspectiva transdisciplinaria.



**Para los nativos digitales - alumnos**

Participar activamente en la necesaria construcción de los mecanismos de actualización del pensum académico y del contenido programático que coadyuve en su formación y su futuro ejercicio profesional.

## FUENTES CONSULTADAS

- Abreu, C. (2003). *El periodismo en internet*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela.
- Aguirre, J. (2006). Nuevos perfiles y competencias en el periodismo digital. En M. Rojano (Coord). *Diez años de Periodismo Digital en Venezuela 1996-2006*. (pp. 57-72). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Altuve, S. y Rivas, A. (1998). *Metodología de la Investigación*. Módulo Instruccional III. Caracas: Universidad Experimental Simón Rodríguez.
- BBCMundo. (2009). *Twitter y blogs en las escuelas*. [Documento en línea]. Disponible: [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid\\_7964000/7964310.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_7964000/7964310.stm) [Consulta: 2010, Enero 26].
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen. Siglo XXI*. Madrid: Siglo XXI editores, S.A.
- Bowman, S. y Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticia y la información*. [Libro en línea]. The Media Center at the American Press Institute. Disponible: [www.hypergene.net/wemedia/](http://www.hypergene.net/wemedia/) [Consulta: 2010, Agosto 19].
- Burgos, O. (2006). Evolución de la enseñanza del periodismo digital: Caso Escuela de Comunicación Social de la UCAB. En M. Rojano (Coord). *Diez años de Periodismo Digital en Venezuela 1996-2006*. (pp. 239-251). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

- Cabero, J. y Román, P. (2006). *E-Actividades: un referente básico para la formación en Internet*. Madrid: Eduforma.
- Castells, M. (2001). *Internet y la Sociedad Red*. [Documento en línea].  
Disponible: <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/castells.htm>  
[Consulta: 2010, Enero 27].
- Cobo, C. y Pardo, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals*, México D.F.
- Comisión Nacional de Currículo (2007). *Documento Nacional de la Comisión Nacional de Currículo* [Documento en línea]. Disponible: [http://www.cies2007.eventos.usb.ve/memorias/progama\\_detallado.pdf](http://www.cies2007.eventos.usb.ve/memorias/progama_detallado.pdf) [Consulta: 2010, Marzo 16].
- Comscore. (2010). *Situación de Internet en América Latina*. [Datos en línea].  
Disponible: <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=2698>  
[Consulta: 2010, Agosto 23].
- Conatel. (2010). *Estadísticas del sector telecomunicaciones al cierre del II trimestre de 2010*. [Datos en línea]. Disponible: [http://www.conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores2010/Presentacion\\_Definitiva\\_II\\_trim\\_20102.pdf](http://www.conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores2010/Presentacion_Definitiva_II_trim_20102.pdf)  
[Consulta: 2010, Julio 16].
- Córdova, L. (2008). Periodismo 2.0. En C. Delgado (Coord.) *Versión Beta: tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela*. (pp. 185-192). Caracas: Publicaciones Universidad Católica Andrés Bello.
- Crovi, D. (2006). *Educación en la era de las redes: una mirada desde la comunicación*. México D.F: Universidad Autónoma de México.

Diario El Tiempo (2004) *Así es el periodismo online en América Latina*. [Datos en línea]. Disponible: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1537446> [Consulta: 2010, Julio 23].

Farías, J. y Prieto, C. (2009). *Formación Universitaria y Ejercicio del Ciberperiodismo en el Zulia: entre los objetivos curriculares y las competencias profesionales*. [Documento en línea]. Ponencia presentada en el Segundo Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (Invecom), Isla de Margarita. Disponible: [http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/farias\\_j.pdf](http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/farias_j.pdf) [Consulta: 2010, Enero 23].

Fogel, J. y Patiño, B. (2007). *La Prensa sin Gutenberg*. Madrid: Editorial Punto de lectura.

Fuentes Navarro, R. (1991). *El Diseño Curricular en las Escuela de Comunicación Social*. Primera edición. Editorial Trillas, S.A. México, D.F.

Galeano J. (2004). *Enfoques y Tendencias Curriculares posibles para la Educación Virtual*. Universidad de Antioquia (Colombia). En: Virtual educa 2005, Ciudad de México. [Documento en línea]. Disponible: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:19413&dsID=n03galeano05.pdf> [Consulta: 2010, Enero 28].

Gutiérrez Martín, A. (2003). *Alfabetización Digital: algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Habermas, J. (1986). *Ciencia y técnica como ideología*. Editorial Tecnos, S.A. Madrid, España.

Hernández Díaz, G. (2006). *Educación en Mediaciones*. Caracas: Anuario Ininco.

- Henríquez, P. (2006). Formación universitaria en Periodismo Digital: Caso Universidad de Los Andes (ULA). En M. Rojano (Coord). *Diez años de Periodismo Digital en Venezuela 1996-2006*. (pp. 197-217). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Hobbes Internet Timeline (2004) *The definitive ARPAnet & Internet history*. [Datos en línea]. Disponible: [http://courseweb.unt.edu/gjones/sum2007/cecs5400/pdf/www.zakon.org\\_robert.pdf](http://courseweb.unt.edu/gjones/sum2007/cecs5400/pdf/www.zakon.org_robert.pdf) [Consulta: 2010, Enero 9].
- Jones, S. (2003). *Cibersociedad 2.0: una nueva visita a la comunidad y la Comunicación mediada por el ordenador*. Madrid: Editorial OUC.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: De La Torre.
- Latouche, M. (2009). *Cambio de pensum*. [Documento en línea]. Disponible: <http://proyectoacademicoecsucv.blogspot.com/>
- Luke, C. (1997). *Technological Literacy*. [Documento en línea]. Disponible: <http://gseis.ucla.edu/faculty/kellner/ed270/Luke/TECHLIT.html> [Consulta: 2010, Septiembre 21].
- Márquez, W. (1997). El profesional de fin de siglo: El Comunicador Social ONLINE. En A. Venegas (Coord). *Las Comunicaciones hacia el III Milenio: Desarrollos y Tendencias*. (pp. 161-179). Ediciones UCV-Caracas.
- McLuhan, M. (1977). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. México: Diana

Ministerio de Educación Superior (2005). *Manual para Diseño de Proyectos de Creación, Ampliación y Modificación de la Oferta Académica en Educación Superior* [Documento en línea]. Disponible: [http://www.ciens.ula.ve/ComisionCur/Documentos/Anexo\\_Marco\\_Politico\\_Regulatorio.pdf](http://www.ciens.ula.ve/ComisionCur/Documentos/Anexo_Marco_Politico_Regulatorio.pdf) [Consulta: 2010, Marzo 16].

Negroponte, N. (1995). *“Ser digital”*. Argentina: Editorial Atlántida.

Noriega, M. y Simó M. (2008). Competencias y habilidades del periodista venezolano: Retos de hoy y de mañana. En C. Delgado (Coord.) *Versión Beta: tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela*. (pp. 165-177). Caracas: Publicaciones Universidad Católica Andrés Bello.

Opsu. (2008). *Manual Oportunidades de Estudio*. [Datos en línea]. Disponible en: [http://loe.opsu.gob.ve/ver\\_info\\_carrera.php?cod\\_carrera=114&cod\\_area=5&cod\\_subarea=30](http://loe.opsu.gob.ve/ver_info_carrera.php?cod_carrera=114&cod_area=5&cod_subarea=30) [Consulta: 2010, Marzo 9].

O'Reilly, Tim (2005). *What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> [Consulta: 2010, Febrero 21].

Peralta, D. (2010). *¿Por qué las facultades de periodismo no forman profesionales para el futuro?* [Documento en línea]. Disponible: <http://invasionesbarbaras.wordpress.com/2010/06/01/por-que-las-facultades-de-periodismo-no-forman-profesionales-para-el-futuro/> [Consulta: 2010, Julio 4].

Peñaloza, P. (2006). Medios enredados: 10 años de periodismo digital en Venezuela. En M. Rojano (Coord). *Diez años de Periodismo Digital en Venezuela*

- 1996-2006. (pp. 37-53). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello
- Pew Internet & American Life Project (2005). *Teen Content Creators and Consumers*. [Datos en línea]. Disponible: [http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/PIP\\_Teens\\_Content\\_Creation.pdf.pdf](http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/PIP_Teens_Content_Creation.pdf.pdf) [Consulta: 2010, Julio 12].
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> [Consulta: 2010, Febrero 16].
- Ramírez, J. (2009). *Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Oferta Curricular de la Carrera Comunicación Social*. [Documento en línea]. Ponencia presentada en el Segundo Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (Invecom), Isla de Margarita. Disponible: [http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/ramirez\\_j.pdf](http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/ramirez_j.pdf) [Consulta: 2010, Enero 23].
- Rojano, Miladys (2006). *Diez años de Periodismo Digital en Venezuela 1996-2006*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Sabino, C. (1986). *Planeamiento de la Investigación*. Caracas: Ediciones UCV.
- Salinas, J. (2003). *Comunidades Virtuales y Aprendizaje Digital*. Universidad de las Islas Baleares. [Documento en línea]. Disponible: [http://educacionvirtual.jalisco.gob.mx/dgupnip/FAVA/recursos/A4\\_Comunidades\\_Virtuales\\_Aprendizaje\\_Digital.pdf](http://educacionvirtual.jalisco.gob.mx/dgupnip/FAVA/recursos/A4_Comunidades_Virtuales_Aprendizaje_Digital.pdf) [Consulta: 2010, Marzo 15].
- Taba, H. (1991). *Elaboración del currículo: teoría y práctica*. Novena edición. Buenos Aires: Troquel.
- Tamayo, M. (1998). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Ediciones

- Lumusa. S.A.
- Tejada, J. (1.998) *Los agentes de la Innovación en los Centros Educativos*. España: Ediciones Aljibe
- Trejo Delarbre, R. (2006). *Viviendo en el Aleph: La sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- UCV (1987) *Pensum 87*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- UIT(2003). *Anuario Estadístico de la UIT* [Datos en línea]. Disponible: <http://www.itu.int/rec/T-REC-C/es> [Consulta: 2010, Febrero 16].
- UNA (1990) *Técnicas de documentación e investigación*. Caracas: Universidad Nacional Abierta
- Unesco (2001) *La Unesco y el Desarrollo de la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.unesco.org.uy/informatica/publicaciones/dsi-mvd160801.pdf> [Consulta: 2010, Agosto 3].
- Unesco (2002) *Producir contenidos locales: el reto de Internet en el sur*. [Documento en línea]. Disponible: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=3015&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=3015&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) [Consulta: 2010, Marzo 26].
- Unicef (2007) *¿Autorregulación?... y más. La protección y defensa de los derechos de la infancia en Internet*. [Documento en línea]. Disponible: [http://www.unicef.es/documentacion/documentos\\_ampliado.htm?iddocumento=55](http://www.unicef.es/documentacion/documentos_ampliado.htm?iddocumento=55) [Consulta: 2009, Septiembre 23].



UPEL (2010). *Manual de trabajos de grado, de especialización y maestría y tesis de doctorales*. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL). 4ta edición.

Valderrama, C. (2000). *Comunicación – Educación: Coordinadas, abordajes y travesías*. Bogotá: Fundación Universidad Central.

Valls, E. (1995). *Cuadernos de Educación. Los procedimientos: aprendizaje, enseñanza y evaluación*. Barcelona: Editorial Horsori.

Van Perborgh, E. (2007). *Sostenibilidad 2.0*. Buenos Aires: Equipo Ediseo.

Vargas, R. (1997). *Revista Comunicar 8*. Andalucía: Publisher.

Velandria, C. y Villalobos, F. (2008). *La Generación de Competencias Tecnológicas en la Formación de Comunicadores Sociales*. Quórum Académico Vol. 5, N° 1, enero-junio, Pp. 91 – 110. Universidad del Zulia.

Villaroel, G. (2002). *Construcción de Relaciones Sociales. Un análisis del discurso*. Tesis no publicada. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Wild, F. y Sigurdarson S. (2008). *Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*. N° 193, 40-44.

Wikipedia. (2010). *Wikipedia: Acerca de* [Página Web en línea]. Disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Acerca\\_de](http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Acerca_de) [Consulta: 2010, Agosto 4].

Zanoni, L. (2008). *El Imperio Digital*. Buenos Aires Ediciones B.

### [ANEXO 1]

Encierre en un círculo la opción que mejor se adapte a su respuesta. En algunos casos, podrá seleccionar más de una opción.

- Edad
  - a. Entre 16 y 19 años
  - b. Entre 20 y 23 años
  - c. Entre 24 y 27 años
  - d. Entre 28 y 30 años
  - e. Más de 30 años
  
- Sexo
  - a. Hombre
  - b. Mujer
  
- Es usuario de Internet ¿Desde hace cuanto tiempo?
  - a. Hace menos de 1 año
  - b. Entre 1 y 2 años
  - c. Entre 2 y 5 años
  - d. Entre 5 y 10 años
  - e. Más de 10 años
  
- ¿En cuál lugar suele acceder a Internet?
  - a. Casa
  - b. Trabajo
  - c. Universidad
  - d. Casas de amigos, conocidos o parientes
  - e. Cibercafé

- f. Wi-fi gratis
  - g. En otro lugar. Especifique\_\_\_\_\_
- ¿Con cuál frecuencia ha usado Internet en el último mes?
  - a. Todos los días
  - b. Al menos 5 días a la semana
  - c. Al menos 3 días a la semana
  - d. Al menos una vez a la semana
  - e. Al menos una vez al mes, pero no cada semana
  - f. No lo he usado el último mes
- ¿A cuál velocidad se conecta a Internet desde el lugar dónde lo hace más frecuentemente?
  - a. Menor o igual a 256 Kbps
  - b. Entre 256 kbps y 512 Kbps
  - c. Entre 512 kbps y 1024 Kbps
  - d. Entre 1 Mbps y 2 Mbps
  - e. Entre 2 Mbps y 4 Mbps
  - f. Mayor a 4 Mbps
  - g. No sabe
- De la siguiente lista de usos de Internet, ¿cuáles realiza con mayor frecuencia?
  - a. Buscar información de interés personal, buscar información laboral, buscar información académica.
  - b. Enviar y recibir correos; chatear (Messenger, skype, otro); hablar (telefonía IP, Skype); utilizar redes sociales (Facebook, hi-5, My space, otro), Leer diarios, noticias o revistas.
  - c. Visitar o crear blogs; jugar en línea; bajar música y/o videos, películas; escuchar música; ver televisión, videos.

Transacciones bancarias; pagar servicios básicos; trámites en organismos públicos, Compra online

- ¿Cuál de los siguientes motivos impide que haga un mayor uso de Internet?
  - a. Insuficiente dominio del inglés
  - b. Falta de tiempo
  - c. La conexión es demasiado lenta
  - d. Falta de interés en los contenidos
  - e. Poca destreza de Internet como herramienta o medio de comunicación
  - f. Motivos de privacidad o inseguridad sobre la información colocada en la Red
  - g. Costos de conexión privada/doméstica
  - h. Dificultad para acceder a una sala de conexión pública
  - i. Otros. Especifique
  
- ¿Cuál de las siguientes razones lo animarían a usar más Internet?
  - a. Que hubiesen más cursos de formación adecuados
  - b. Que los equipos tuviesen costos más accesibles/económicos
  - c. Que la conexión a Internet fuese más barata
  - d. Que existan puntos de acceso a Internet públicos cerca de casa
  - e. Que hubieran puntos de acceso a Internet gratuitos
  - f. Que Internet le resultará útil en cuanto a contenidos y servicios
  - g. Otro. Especifique
  
- ¿Cuáles de las siguientes tareas relacionadas con el uso del computador puede realizar sin recurrir a la ayuda de alguien? Marque todas las que corresponden
  - a. Copiar o mover archivos y carpetas

- b. Usar las aplicaciones copiar, cortar y pegar en un documento
  - c. Usar fórmulas matemáticas simples en una hoja de cálculo
  - d. Comprimir archivos o carpetas
  - e. Conectar o instalar dispositivos como una impresora
  - f. Conectar el computador a un área de red local o módem
  - g. Detectar y solucionar problemas del computador
  - f. Mantener el PC libre de virus, gusanos y espías
  - g. Escribir un programa usando un lenguaje de programación
- ¿Cuál de las siguientes tareas relacionadas con el uso de Internet puede realizar sin recurrir a la ayuda de alguien? Marque todas las que corresponden
  - a. Usar un buscador virtual
  - b. Enviar un correo electrónico
  - c. Enviar archivos adjuntos a un correo
  - d. Interactuar vía chats, grupos de noticias o foros de discusión
  - e. Hacer llamadas o videoconferencias
  - f. Descargar música y videos
  - g. Buscar, descargar e instalar software
  - h. Programar una página web
- ¿Con cuál frecuencia debe pedir ayuda a otra persona para usar Internet?
  - a. La mayoría de las veces que intento usar Internet
  - b. Sólo cuando intento hacer nuevas operaciones en Internet
  - c. Nunca
- ¿Cuán interesado está en desarrollar mayores habilidades en el uso de Internet?
  - a. Muy interesado

- b. Interesado
  - c. No muy interesado
  - d. Nada de interesado
- ¿Qué efecto siente que ha tenido el uso de Internet para mejorar sus relaciones sociales?
  - a. Las ha mejorado bastante
  - b. Las ha mejorado algo
  - c. Las ha empeorado
  - d. Las ha empeorado bastante
  - e. No ha tenido efecto
- ¿Qué tan útil siente que ha sido Internet para la búsqueda de información?
  - a. Muy útil
  - b. Útil
  - c. No muy útil
  - d. Nada útil
- ¿Cuán importante considera las TIC para su desarrollo profesional?
  - a. Muy importante
  - b. Importante
  - c. No muy importante
  - d. Nada importante
- ¿Qué tan útil considera la incorporación de asignaturas relacionadas con las TIC al pensum de estudios de la ECS - UCV?
  - a. Muy útil
  - b. Útil
  - c. No muy útil
  - d. Nada útil

- ¿Qué nivel de preparación en el ámbito digital/virtual, considera que obtienen los estudiantes de la ECS-UCV?
  - a. Óptimo, muy bien preparado
  - b. Regular, muy preparado
  - c. Básico, preparado
  - d. Deficiente, no muy preparado
  - e. Pésimo, muy mal preparado
  
- ¿Cuáles conocimientos espera adquirir al cursar la materia Informática en la ECS-UCV?
  - a. Navegar por Internet
  - b. Diseñar páginas web
  - c. Redactar para web
  - d. Blogs y redes sociales
  - e. Periodismo Digital
  - f. Otro. Especifique \_\_\_\_\_
  
- ¿Cuál nivel de importancia le otorga a las destrezas necesarias para el óptimo uso de las TIC como herramientas de comunicación social?
  - a. Vital, muy importante
  - b. Importante, dependiendo del área periodística
  - c. Optativa, según el interés de cada usuario
  - d. Irrelevante, no debe ser una herramienta de uso masivo

- Como estudiante de Comunicación Social ¿Conoce alguna (s) diferencia (s) entre la preparación sobre Informática impartida en la UCV vs otras universidades del país?
  
- Sugeriría algún contenido al pensum académico que actualmente cursa en la ECS UCV

Gracias por su colaboración



## [ANEXO 2]

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE MÉTODOS  
CÁTEDRA DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

### **PROGRAMA AISGNATURA INFORMÁTICA**

Código: 0076

Horas de clase semanales: 3

Créditos: 3

#### **Objetivo General**

Dotar al estudiante de los conocimientos fundamentales del área de la informática, con el objetivo de lograr que esté en capacidad de identificar y conocer el uso de computadores y su aplicación de los conceptos de Sistemas en la Comunicación Social.

#### **Contenido Programático**

UNIDAD I: Evolución de la Informática y Estructura del Computador.

- **Tema 1: La Informática.** Definición y origen. Elementos fundamentales. Evolución.
- **Tema2: Evolución Histórica.** Hechos. Evolución de la Electrónica. Esquema básico del Hardware. Generación de los Computadores. Tipos de computadores. Clasificación.
- **Tema 3: Estructura de un Computador.** Estructura. El procesador. Unidad Central de Procesamiento. Unidades (Dispositivos de Entrada / Salida y Almacenamiento).

## UNIDAD II: Funcionamiento del computador.

- **Tema 1: Fundamentos de los Lenguajes de Computación.** Concepto. Clasificación. Esquema básico del Software. Sistema Operativo. Clasificación de Software.
- **Tema 2: Representación de la Información.** Definición. Conceptos de Bit, Byte, Palabra, Kbyte, mbute, Gbyte y Tetrabyte. Equivalencias. Sistemas de numeración, su evolución y características.

## UNIDAD III: Soporte de la Información.

- **Tema 1: Periféricos.** Definición. Estructura. Clasificación.
- **Tema 2: Unidades de Almacenamiento.** Definición. Clasificación. medios de Almacenamiento.
- **Tema 3: Almacenamiento.** Modos de Almacenamiento. Métodos de Organización. Archivos. Registros. Tipos de archivos.

## UNIDAD IV: Desarrollo de la Tecnología Informática.

- **Tema 1: Introducción. Evolución.** Características. Usos. Modos y Medios de Transmisión. Estructuras, Soporte, Protocolos.
- **Tema 2: Sistemas de Teleinformática.** Conceptos. Componentes. Comunicación de datos. Redes. Conexiones. Clasificación. Tipos de Estructuras y Funciones en el manejo de información.

## UNIDAD V: Servicios de Comunicación.

- **Tema 1: Sistemas de Computación.** Conceptos. Características. Procesadores de Comunicación.
- **Tema 2: Redes de Comunicación de Datos.** Concepto. Elementos. Redes Locales y Públicas.

- **Tema 3: Redes de Procesamiento Distribuido.** Concepto e Importancia. Computadoras en Paralelo y Procesamiento Cooperativo.

UNIDAD VI: Computación Avanzada.

- **Tema 1:** Computadoras de 5° Generación. Antecedentes. Estructura. Computadoras inteligentes.
- **Tema 2: Sistemas Inteligentes.** Sistemas Expertos. Inteligencia Artificial. Robótica. Definición. Características y Aplicaciones.

UNIDAD VII: Almacenamiento y Representación de la Informática.

- **Tema 1:** Base de Datos. Definición. Elementos y Estructura. Ventajas y Desventajas. Clasificación. Importancia.
- **Tema 2: Modelos de Datos.** Conceptos. Redes, Jerárquico y Relacional. Usos e Importancia.
- **Tema 3: Modelo de Entidad – Relación.** Conceptos. Elementos. Estructura. Usos. Ejercicios.

UNIDAD VIII: Los Sistemas y la Comunicación Social.

- **Tema 1: Sistemas. Definición.** Conceptos Generales. Clasificación.
- **Tema 2: Modelo Cibernético.** Concepto. Elementos. Utilización.
- **Tema 3: Sistemas de Información.** Definición. Componentes. Estructura y Funciones. Clasificación. Ciclo de Vida. Requerimientos Básicos de Información. Ejercicios.
- **Tema 4: La Comunicación Social como Sistema.** Características. Elementos. Estructura. Componentes.

**Metodología de Enseñanza:** Teórico – Práctico

### **Sistema de Evaluación**

Para la evaluación se dispondrá de dos (2) Exámenes Parciales y el Examen Final. Cada Examen Parcial representa el treinta por ciento (30%) y el Examen Final cuarenta por ciento (40%). Para optar para el Examen Final, el estudiante deberá tener acumulado más de Diez (10) Puntos.

### **Bibliografía Básica**

Alcalde E., García M., **Informática Básica**. Mc Graw Hill. España, 1988.

Alcalde E., García J. **Introducción a la Teleinformática**. Mc Graw Hill. España, 1993.

Orilia, Lawrence. **Las computadoras y la Información**. Mc Graw Hill. México, 1987

**Introducción al Procesamiento de Datos para Negocios**. Mc Graw Hill. México, 1987.

Sanders, Donald. **Informática: Presente y Futuro**. Mc Graw Hill. México, 1990.

Vaquero Antonio y Joyanes Luis. **Informática: Glosario y Términos**. Mc Graw Hill. España, 1985.

### **Apuntes de la Escuela de Comunicación Social. UCV**

Safar Elizabeth y Bisbal Marcelino. **Frente al dilema de las Nuevas Tecnologías**. Revista Apuntes N° 6. Mayo 1989.

Escuela de Comunicación Social e ININCO (Editores). **El Futuro de nuestras Comunicaciones**. Revista Apuntes N° 17. Agosto 1990.

Silva Larrazábal Víctor. **Informática y Comunicación**. Revista Apunte N° 14. Marzo 1990.

### **SEMANAS:**

1. La informática. Definición y origen. Elementos fundamentales. Evolución. Informática. Sistematización. Automatización. Computación y Mecanización. Evolución Histórica. Hechos. Evolución de la Electrónica. Esquema básico de la estructura de un computador. Hardware y Software. Firmware. Generación de Computadoras. Tipos de Computadoras. Clasificación. Métodos de Procesamiento de Datos.
2. Funcionamiento del Computador. Fundamentos de los lenguajes de computación: concepto. Clasificación. Sistema Operativo. Clasificación de Sistemas Operativos. Ventajas y desventajas. Tipos de memoria y sus Usos. Representación de la información: Bit, byte, k, Mega, Giga y Tetra. Características de los Sistemas Numéricos: binario y hexadecimal.
3. Periféricos. Estructura y Clasificación. Soporte de la Información. Unidades de Almacenamiento. Definición. Clasificación. Modos de Almacenamiento. Métodos de Organización. Archivos y Registro. Tipos de archivos.
4. Teleinformática. Concepto y definiciones. Comunicación a distancia. Teleconferencia. Modos y medios de transmisión. Soporte. Protocolos. Redes, Tipos de Estructuras. Utilización y funciones en el manejo de información.
5. Parcial N° 1.
6. Sistemas de Computación. Características de los Sistemas de Computación. Comunicación de Datos. Conceptos y Servicios de Comunicación de Datos. Coordinación de los servicios de Comunicación de Datos. Procesadores de Comunicación. Redes de Comunicación de Datos. De área Local. Tiempo real y Computación Remota. Redes de Procesamiento Distribuido de Datos. Computadoras en Paralelo. Procesamiento Cooperativo.
7. Computadoras de 5ª. Generación. Antecedentes y su estructura. Computadoras inteligentes. Características. Sistemas Expertos. Características y Aplicación. Inteligencia artificial. Características y Aplicación. Robótica. Características y Aplicación.

8. Base de Datos. Concepto. Elementos y estructura. Facilidades. Modelos de Bases de Datos. Conceptos. Redes. Jerárquico y Re... Usos. Importancia. Modelo de Entidad-Relación. Conceptos. Elementos y Estructura. Ejercicios. Ejemplos.
9. Modelo Entidad-Relación. Ejercicios.
10. Modelo Entidad-Relación. Ejercicios.
11. Parcial N° 2
12. Sistemas. Definición y conceptos Generales. Clasificación de Sistemas. Modelo Cibernético. Concepto. Elementos. Utilización. Contexto de los Sistemas de Información. Definición. Componentes. Estructura y funciones de un Sistema de Información. Clasificación de los Sistemas de Información. Ciclo de Vida de un Sistema de Información. Ejemplos y Ejercicios.
13. Sistemas de información gerencial Conceptos. Requerimientos básicos de información. Entendimiento del proceso. Identificación de los Datos y la Información que produce. Determinación del Tiempo del Proceso y la Cantidad. Identificación de controles. Ejemplos y ejercicios.
14. La Comunicación Social como Sistema. Características. Elementos. Estructura. Ejemplos y ejercicios.
15. Ejemplos y ejercicios.
16. Examen Final.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO**  
**Escuela de Comunicación Social**  
**Pensum Semestral**

---

# **INFORMÁTICA I**

---

|                                       |               |
|---------------------------------------|---------------|
| <b>Nombre de la Asignatura:</b>       | Informática I |
| <b>Semestre:</b>                      | IV            |
| <b>Nro horas semanales:</b>           | 4 h (2T, 2P)  |
| <b>Materia de evaluación continua</b> |               |

## **INTRODUCCIÓN**

La Informática I tiene como finalidad proporcionar al estudiante de Comunicación Social el basamento teórico-práctico que le permita reconocer y utilizar las herramientas que la tecnología digital pone a su disposición para un mejor desempeño dentro de las distintas vertientes de su profesión.

Los aspectos teóricos fundamentales para esta asignatura serían la identificación de las diferencias entre información analógica y digital, así como su repercusión en los medios de comunicación interpersonal y en los medios de masas.

Desde el punto de vista práctico, el estudiante entrará en contacto con programas específicos que le permitirán adentrarse en las diversas aplicaciones de las computadoras dentro del ámbito de la Comunicación Social. En este sentido, el mismo podrá hacer manipulaciones sencillas de audio, video, imágenes estáticas y en movimiento, así como textos y números.

## **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar habilidades en el uso de herramientas informáticas para la aplicación en su desempeño profesional, en el marco de las tecnologías en información y comunicación.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Conocer las tendencias de la tecnología de información y comunicación actual.
2. Aplicar los programas informáticos para la planificación y gestión de proyectos comunicacionales.
3. Aplicar los programas informáticos para la creación y edición de piezas comunicacionales.
4. Desarrollar habilidades para la búsqueda y gestión de información mediante las tecnologías que permiten las redes comunicacionales.

## **CONTENIDO PROGRAMÁTICO**

**UNIDAD 1: TENDENCIAS DE LA INFORMÁTICA EN LA COMUNICACIÓN**

Información analógica e información digital

Digitalización de la información

Computación personal

Interfaces gráficas

Redes de área local y de área amplia

Convergencia de los medios

**Bibliografía específica:**

- Comer, D. (1995) *El Libro de Internet*. Mexico: Prentice Hall
- Gates, B. (1996) *Camino hacia el futuro*. México: Mc Graw Hill
- Long, L. y Long, N. (1999) *Introducción a las computadoras y a los sistemas de información*. México: Prentice Hall.
- Negroponte, N. (1995) *Ser Digital*. Buenos Aires: Atlántida.

**Dedicación en tiempo: 15 %**

**UNIDAD II: INFORMÁTICA APLICADA A LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS COMUNICACIONALES**

Software para la planificación de proyectos

Hojas de cálculo

Desarrollo de bases de datos relacionales

Software para presentaciones

**Bibliografía específica:**

- Habraken, J. (2000) *Microsoft Office 2000 8 en 1*. México: Pearson Educación.
- Klander, L. (2000) *Access 2000 a fondo*. Madrid: Anaya.
- Long, L. y Long, N. (1999) *Introducción a las computadoras y a los sistemas de información*. México: Prentice Hall.

**Dedicación en tiempo: 30 %**

**UNIDAD III: INFORMÁTICA APLICADA A LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE PIEZAS COMUNICACIONALES**

Procesadores de palabras

Ilustración y creación de imágenes vectoriales

Edición y retoque fotográfico

Edición de audio

Edición no lineal de video

**Bibliografía específica:**

- García, A. y Rodríguez, F. (1998) *Videoedición Digital*. Barcelona: ITP-Paraninfo.
- Habraken, J. (2000) *Microsoft Office 2000 8 en 1*. México: Pearson Educación.
- Leal, X. y Moreno, M. (1997) *El lado ético de la técnica*. Caracas: Trabajo de Grado UCAB.
- Long, L. y Long, N. (1999) *Introducción a las computadoras y a los sistemas de información*. México: Prentice Hall
- Zetl, H. (1999) *Manual de Producción de TV*. México: Thomson Editores.

**Dedicación en tiempo: 30 %**

**UNIDAD IV: BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN**

Navegación y búsqueda de información en sistemas hipertextuales



Lectura y distribución de la información mediante correo electrónico

Listas de correo electrónico y foros de discusión

**Bibliografía específica:**

- Long, L. y Long, N. (1999) Introducción a las computadoras y a los sistemas de información. México: Prentice Hall

**Dedicación en tiempo: 25 %**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO**

**Escuela de Comunicación Social**

**Pensum Semestral**

---

# INFORMÁTICA II

---

|                                       |                |
|---------------------------------------|----------------|
| <b>Nombre de la Asignatura:</b>       | Informática II |
| <b>Semestre:</b>                      | V              |
| <b>Nro horas semanales:</b>           | 4 h (2T, 2P)   |
| <b>Materia de evaluación continua</b> |                |

## INTRODUCCIÓN

La Informática II tiene como finalidad proporcionar al estudiante de Comunicación Social las herramientas teórico-prácticas que le permitan el uso de las computadoras para el desarrollo de proyectos comunicacionales.

Los aspectos teóricos fundamentales para esta asignatura serían la identificación de las diferencias entre texto e hipertexto, y la importancia de éste en la concepción de la interactividad. En este sentido, el contenido de Informática II se fundamenta en la planificación y desarrollo de planes de comunicación basados en aplicaciones multimedia y sitios web que integren el uso de imágenes, textos, sonido y video.

## OBJETIVO GENERAL

Manejar las herramientas informáticas para su aplicación en el marco de las tecnologías en información y comunicación, bajo una perspectiva multimediática y de interactividad.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los conceptos de hipertexto e interactividad para establecerlos como elementos medulares dentro de la creación de medios digitales.
2. Establecer el diseño de contenido, de identidad y de interactividad como fundamentos para el diseño y desarrollo de medios interactivos.
3. Utilizar los programas informáticos para la planificación y desarrollo de sitios web.
4. Utilizar los programas informáticos para la planificación y desarrollo de aplicaciones multimedia.

## CONTENIDO PROGRAMÁTICO

### UNIDAD 1: TEXTO E HIPERTEXTO. HIPERTEXTO E INTERACTIVIDAD

*Esta unidad pretende establecer cómo el hipertexto es la base de cualquier sistema interactivo. Mediante la explicación teórica del hipertexto y su diferenciación del texto lineal, se pretende sentar las bases para trabajar utilizando la interactividad, ya sea en el desarrollo de páginas web o de aplicaciones multimedia.*

- Texto e Hipertexto. El texto no lineal en la informática.
- Aproximación psicológica al hipertexto. Redes de información y pensamiento.
- Interactividad. El usuario como participante.

#### Bibliografía específica:

- Barret, E. y Redmond, M. (1997) *Medios contextuales en la práctica cultural*. Barcelona: Paidós.
- CIC-UCAB (2000) *Seminario: El desafío de la escritura multimedia*. Caracas:  
<http://www.escritura multimedia.com>
- Hernández M., R. (2001) *Breve teoría de internet*. Caracas:  
<http://www.analitica.com/biblioteca/roberto/teorias.asp>
- Landow, G. (1995) *El Hipertexto*. Barcelona: Paidós
- Landow, G. (1997) *Teoría del Hipertexto*. Barcelona: Paidós
- Ramonet, I. (1998) *Internet: el mundo que llega*. Madrid: Alianza Editorial.

**Dedicación en tiempo: 20 %**

### UNIDAD II: EL DISEÑO DE MEDIOS INTERACTIVOS

*En esta unidad se abordarán los tres ámbitos del diseño de medios interactivos: el contenido, la identidad visual y auditiva, así como la interfaz. Esta clasificación del diseño es fundamental para la creación de medios interactivos en línea (páginas web), así como para el desarrollo de aplicaciones multimedia en CD u otros soportes fuera de línea.*

- Diseño de contenido: arquitectura de información.
- Diseño de identidad: la personalidad gráfica del medio.
- Diseño de interfaz: la reducción de incertidumbre.

#### Bibliografía específica:

- Bou Bouzá, G. (1997) *El Guión Multimedia*. Madrid: Anaya.
- Elin, L. (2001) *Designing and developing multimedia*. Syracuse: Allyn and Bacon.
- Mok, C. (1996) *Designing Business*. San José, California: Adobe Press.

**Dedicación en tiempo: 20 %**

### UNIDAD III: INFORMÁTICA APLICADA A LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE SITIOS WEB

*En esta unidad se abordarán las particularidades del desarrollo de Sitios Web informativos y de entretenimiento. Se trabajará la preparación de medios para la creación de páginas, el desarrollo y la publicación de sitios web mediante el uso de Macromedia Dreamweaver.*

*Igualmente, se abordarán distintas técnicas de animación para páginas web, mediante el uso de Flash y de Gif Animator.*

- Planificación de sitios web.
- Preparación de medios para sitios web: textos, imágenes, sonidos, videos.
- Software aplicado al desarrollo de sitios web.
- Animaciones para sitios web.
- Uso del protocolo FTP.
- Publicación y mantenimiento del sitio.

**Bibliografía específica:**

- Comer, D. (1995) *El Libro de Internet*. Mexico: Prentice Hall
- Crowder, D. y Crowder, R. (2000) *Dreamweaver 3*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia
- Mok, C. (1996) *Designing Business*. San José, California: Adobe Press

**Dedicación en tiempo: 30 %**

**UNIDAD IV: INFORMÁTICA APLICADA A LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE APLICACIONES MULTIMEDIA**

Esta Unidad brindará al estudiante las herramientas para el desarrollo de aplicaciones multimedia que puedan ser distribuidas en CD-ROM, en DVD-ROM, o en otros soportes físicos. El Software fundamental para el trabajo práctico será Macromedia Director.

El estudiante podrá aplicar los conocimientos obtenidos en Informática I preparando las diversas piezas (textos, sonidos, imágenes estáticas y en movimiento) que luego incorporará al desarrollo de aplicaciones multimedia.

- Planificación de la aplicación multimedia.
- Preparación de medios para títulos electrónicos: textos, imágenes, sonidos, videos.
- Software para el desarrollo de aplicaciones multimedia.

**Bibliografía específica:**

- Bou Bouzá, G. (1997) *El Guión Multimedia*. Madrid: Anaya.
- Elin, L. (2001) *Designing and developing multimedia*. Siracuse: Allyn and Bacon.
- Mok, C. (1996) *Designing Business*. San José, California: Adobe Press.

**Dedicación en tiempo: 30 %**

UNIVERSIDAD MONTE ÁVILA

TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

RELACIÓN CON OTRAS MATERIAS: Introducción a la Imagen (I), Géneros Periodísticos (II), Diseño Gráfico (III), Prácticas Profesionales (IV), Empresa Informativa (V).

#### JUSTIFICACIÓN

El aire de los tiempos actuales está marcado por el auge de las nuevas tecnologías. Los investigadores destacan que la llamada ‘Sociedad de la Información’ tiene implicaciones profundas en la persona y su manera de relacionarse. La comunicación humana se ha visto signada por constantes cambios tecnológicos, que ofrecen a los profesionales de la comunicación social nuevas herramientas y perspectivas de desarrollo mediático. El periodismo digital irrumpe en los nuevos tiempos con grandes innovaciones de lenguaje, estilo, hipertextualidad, participación e interactividad.

El desarrollo de los medios de comunicación digitales y la aplicación de las nuevas tecnologías a los medios tradicionales demanda una formación específica de los profesionales del periodismo y la comunicación. La cátedra de Tecnología de la Información ofrece una visión global de los cambios asociados a la Sociedad de la Información y un acercamiento práctico a las nuevas tecnologías disponibles. Se trata de estudiar la construcción del mensaje informativo, su aplicación y los beneficios que estas nuevas técnicas aportan a los procesos de comunicación.

La introducción temprana de esta materia en el plan de enseñanza de la licenciatura en Comunicación Social permitirá al estudiante reflexionar y tomar conciencia sobre

el uso de la técnica y la tecnología en la vida del hombre, así como también aprovechar aquellas asignaturas que demanden el aprovechamiento de la informática como instrumento de trabajo.

### MARCO CONCEPTUAL

Este curso considera la tecnología como una herramienta para hacer llegar la información de una manera cada vez más rápida y selectiva, teniendo en cuenta que este medio no debe distorsionar la verdad ni la objetividad y sin perder de vista que sus destinatarios son las personas, que por su dignidad, no deben ser manipulados ni tratados como una masa.

Se estudiarán las nociones de Sociedad de la Información, ‘intoxicación’, superabundancia de la información, entre otros aspectos, con el fin de darle herramientas para la consecución de la Sociedad del Criterio. Además, serán abordados los temas relacionados con el periodismo digital y la tecnología multimedia.

### OBJETIVOS

- Valorar los aportes de la Sociedad de la Información y la era digital a la comunicación humana, así como también apreciar el impacto de las nuevas tecnologías en la persona y la sociedad actual.
- Conocer, explorar y valorar las posibilidades del periodismo digital, así como también de la tecnología multimedia como lenguaje al servicio de los medios digitales.
- Proyectar la creación de un medio de comunicación digital. En este proyecto el estudiante deberá demostrar las destrezas, habilidades y criterios aprendidos con relación al periodismo digital.
- Ejecutar el proyecto de medio digital planteado y publicarlo en la Internet.

Unidad I: Sociedad de la Información. Consecuencias del mundo digital.

Unidad II: El periodismo digital.

Unidad III: Tecnología multimedia.

Unidad IV: Desarrollo de un medio de comunicación digital.